

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನೆಲೆಗಳು

[ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಅನುಲಕ್ಷಿಸಿ]

ಎಂ.ಫಿಲ್. ಪದವಿಗಾಗಿ ದೃಶ್ಯಕಲಾ ವಿಭಾಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ
ಸಾದರ ಪಡಿಸಿದ ಕಿರು ಸಂಶೋಧನ ಪ್ರಬಂಧ

ಸಂಶೋಧಕ
ಜೈರಾಜ್ ಮಡಿವಾಳಪ್ಪ

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು
ಪ್ರೊ. ಎಲ್.ಕೆ. ಹನುಮಂತಚಾರ್
ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ಮತ್ತು ಸಂಯೋಜನಾಧಿಕಾರಿಗಳು



ಲಲಿತಕಲಾ ನಿಕಾಯ
ದೃಶ್ಯಕಲಾ ವಿಭಾಗ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ,
ಹಂಪಿ, ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ.
೨೦೦೮

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನೆಲೆಗಳು

[ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಅನುಲಕ್ಷಿಸಿ]

ಎಂ.ಫಿಲ್. ಪದವಿಗಾಗಿ ದೃಶ್ಯಕಲಾ ವಿಭಾಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ
ಸಾದರ ಪಡಿಸಿದ ಕಿರು ಸಂಶೋಧನ ಪ್ರಬಂಧ



ಸಂಶೋಧಕ

ಜೈರಾಜ ಮಡಿವಾಳಪ್ಪ

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಪ್ರೊ. ಎಲ್.ಕೆ. ಹನುಮಂತಚಾರ್

ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು, ಅನ್ವಯಿಕ ಕಲಾ ವಿಭಾಗ ಮತ್ತು
ಸಂಯೋಜನಾಧಿಕಾರಿಗಳು
ಕುವೆಂಪು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ
ಲಲಿತಕಲಾ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ,
ದಾವಣಗೆರೆ.



ಲಲಿತಕಲಾ ನಿಕಾಯ
ದೃಶ್ಯಕಲಾ ವಿಭಾಗ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ,
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ

೨೦೦೮



ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ

'ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನೆಲೆಗಳು' ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಕೆಯ ಕಿರು ಸಂಶೋಧನ ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಪ್ರೊ. ಎಲ್.ಕೆ. ಹನುಮಂತಚಾರ್ ಇವರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಲಲಿತಕಲಾ ನಿಕಾಯದ ದೃಶ್ಯಕಲಾ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಎಂ.ಫಿಲ್. ಪದವಿಗಾಗಿ ಈ ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಪ್ರಬಂಧದ ಯಾವುದೇ ಭಾಗವನ್ನು ಯಾವುದೇ ಪದವಿ ಅಥವಾ ಇತರ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲವೆಂದು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ದಿನಾಂಕ: ೦೬ ಅಕ್ಟೋಬರ್ ೨೦೦೮.
ಸ್ಥಳ : ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ,
ಹಂಪಿ, ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ.

ಜೈರಾಜ ಮಡಿವಾಳಪ್ಪ
ದೃಶ್ಯಕಲಾ ವಿಭಾಗ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ,
ಹಂಪಿ, ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ.

ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ

ಜೈರಾಜ ಮಡಿವಾಳಪ್ಪ ಇವರು ಬರೆದು ಸಾದರಪಡಿಸಿದ **'ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನೆಲೆಗಳು'** ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯ ಕಿರು ಸಂಶೋಧನ ಪ್ರಬಂಧವು ಮೂಲ ಸಂಶೋಧನ ಕೃತಿಯಾಗಿದ್ದು, ಅವರು ನನ್ನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ಲಲಿತಕಲಾ ನಿಕಾಯದ ದೃಶ್ಯಕಲಾ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಎಂ.ಫಿಲ್. ಪದವಿಗಾಗಿ ಈ ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಪ್ರಬಂಧ ಇಡಿಯಾಗಿ, ಇಲ್ಲವೆ ಬಿಡಿಯಾಗಿ ಈ ಮೊದಲು ಎಲ್ಲಿಯೂ ಪ್ರಕಟವಾಗಿಲ್ಲವೆಂದು ಈ ಮೂಲಕ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ದಿನಾಂಕ: ೦೬ ಅಕ್ಟೋಬರ್ ೨೦೦೮.
ಸ್ಥಳ : ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ,
ಹಂಪಿ, ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ

L.K.H.char

ಪ್ರೊ. ಎಲ್.ಕೆ. ಹನುಮಂತಚಾರ್
ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು, ಅನ್ವಯಿಕ ಕಲಾ ವಿಭಾಗ ಮತ್ತು
ಸಂಯೋಜನಾಧಿಕಾರಿಗಳು
ಕುವೆಂಪು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ
ಲಲಿತಕಲಾ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ,
ದಾವಣಗೆರೆ.

ಮುಖ್ಯಸ್ಥರ ದೃಢೀಕರಣ

ಶ್ರೀ ಜೈರಾಜ ಮಡಿವಾಳಪ್ಪ ಇವರು ದೃಶ್ಯಕಲಾ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಎಂ.ಫಿಲ್. ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಯಾಗಿ ಪ್ರವೇಶ ಪಡೆದು ಅವರು ಮೊದಲ ಹಂತದ ಪರೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತೀರ್ಣರಾಗಿ ಇದೀಗ ತಮ್ಮ ಕಿರು ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರೊ. ಎಲ್.ಕೆ. ಹನುಮಂತಚಾರ್. ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ಅನ್ವಯ ಕಲಾ ವಿಭಾಗ ಮತ್ತು ಸಂಯೋಜನಾಧಿಕಾರಿಗಳು ಕುವೆಂಪು ವಿಶ್ವ ವಿದ್ಯಾಲಯ, ಲಲಿತಕಲಾ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ, ದಾವಣಗೆರೆ. ಅವರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಕಿರುಪ್ರಬಂಧವನ್ನು **'ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನೆಲೆಗಳು'** ಎಂಬ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಸಿದ್ದಪಡಿಸಿ ಆರು ಪ್ರತಿಗಳಲ್ಲಿ ವಿಭಾಗದ ಮೂಲಕ ಅಧ್ಯಯನಾಂಗಕ್ಕೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದ್ದು ಮುಂದಿನ ಕ್ರಮಕ್ಕೆ ಕಿರು ಪ್ರಬಂಧಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನಾಂಗಕ್ಕೆ ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ದಿನಾಂಕ: ೦೬ ಅಕ್ಟೋಬರ್ ೨೦೦೮.
ಸ್ಥಳ : ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ,
ಹಂಪಿ, ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ.

(**ಡಾ. ಎಸ್.ಸಿ. ಪಾಟೀಲ್.**)
ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು, ದೃಶ್ಯಕಲಾ ವಿಭಾಗ.
ಡೀನ್, ಲಲಿತಕಲಾ ನಿಕಾಯ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ,
ಹಂಪಿ.

ಪರಿವಿಡಿ



ಅಧ್ಯಾಯ: ಒಂದು

ಅಧ್ಯಯನದ ಉದೇಶ, ಸ್ವರೂಪ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ವೈಧಾನಿಕತೆ

ಮಾನವನು ತನ್ನ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಗೊಳಿಸಲು ಮೊರೆಹೋದ ಸಾಧನವೆಂದರೆ 'ಕಲೆ' ಮತ್ತು ಇತರರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ಮಾಡಲು ಯಾವುದಾದರೊಂದು ಕಲೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಾನೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಎಂದು ಕಲಿತನೋ ಅಂದಿನಿಂದಲೆ ಅವನಲ್ಲಿ ನಾಗರೀಕತೆ ಹಾಗೂ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಬೆಳೆಯತೊಡಗಿತು. ಮಾನವ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಅವನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಆಸೆ, ಆಕಾಂಕ್ಷೆ, ಬೇಡಿಕೆಗಳು, ಉದ್ದೇಶಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವು. ಅವುಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಅನೇಕ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಶೋಧಿಸತೊಡಗಿದನು. ಹೀಗೆ ಆದಿ ಮಾನವನು ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಬುದ್ಧಿವಂತನಾಗುತ ಹಲವು ರೀತಿಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ತನ್ನ ದಿನನಿತ್ಯದ ಆಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನೂ ಕಂಡು ಕೊಂಡು, ಗುಂಪು ಗುಂಪುಗಳ ಜನ-ನಾಡು-ನುಡಿ-ಸಮಾಜ-ಸಮೂಹಗಳ ವಿಕಾಸವಾದಂತೆ ಪರಸ್ಪರ ವಿನಿಮಯ (Barter) ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿದನು. ತಮ್ಮಲ್ಲಿದ್ದ ಒಂದು ವಸ್ತುವನ್ನು ಕೊಟ್ಟು ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಮತ್ತೊಂದು ವಸ್ತುವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು ಹೀಗೆಯೇ ಬೆಳೆದುಬಂದ ಮಾನವನ ಈ ಕೊಡುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಬೆಳೆದು; ಇಂದು ಅದರ ಸ್ವರೂಪ; ಮೌಲ್ಯ; ಪ್ರಯೋಜನ ವಿಸ್ತಾರಗಳು ಅನಂತವಾಗಿ ಹರಡಿಕೊಂಡು. ಕಾಲ, ದೇಶ, ಪರಿಸರ, ಸಮಕಾಲೀನತೆಯ ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ ಬದುಕಿನ ವ್ಯವಹಾರದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿ ಬೆಳೆದು ಬಂದಿದೆ.

ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ/ಪ್ರಚಾರವು ಆದಿ ಮಾನವನಿಂದ ಆಧುನಿಕ ಮಾನವನವರೆಗೂ ನಡೆದುಕೊಂಡು ಬಂದಿದೆ/ಬರುತ್ತಿದೆ. ಇದರಿಂದಲೇ ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ಮಹತ್ವ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯತೆ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟಿದೆ? ಎಂಬುದು ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಸಮಯದಿಂದ ಹಿಡಿದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಕಾಲಮಾನದವರೆಗೂ ಅದರ ಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಬಹು ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾದರೂ ದೀರ್ಘಕಾಲದವರೆಗೂ ನಡೆದು ಬಂದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ರೂಪಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಗಿಬಂದು ಇಂದಿನವರೆಗೂ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದೆ. ಇದೇ

ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಯಂದರೆ ಅತಿಶಯೋಕ್ತಿಯಲ್ಲ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿ ಕಲೆಯ ಪಾತ್ರ ತುಂಬ ಮೌಲಿಕವಾದುದು, ಕಲೆ ಇಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ಜಾಹಿರಾತು ಪೂರ್ಣವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎನ್ನುವಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಅದರ (ಕಲೆಯ) ಅಗತ್ಯತೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಪಂಚಕ್ಕಿದೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ

ಹಿಂದಿನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಸೀಮಿತ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ, ಸೀಮಿತ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಇಂದು ಜಾಹಿರಾತು ವಿಶಾಲ ರೂಪ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ವಿಜ್ಞಾನ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅವಿಷ್ಕಾರ, ಮನುಷ್ಯನ ತರ್ಕಶಕ್ತಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಕಾರಣವಾಗಿವೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದುಕಿನ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಈಗ ಕೇವಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತಗೊಳ್ಳದೆ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ, ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಧಾರ್ಮಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಹಾಗೂ ಒಟ್ಟು ನಮ್ಮ 'ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯ', ಧ್ಯೆಯೋದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಪಡಿಸುವ ಒಂದು ಸಾಧನವಾಗಿಯೂ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಮನೋವೈಜ್ಞಾನಿಕ, ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪಡೆದ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಮಾಡುವ ಶೋಧಗಳು [Marketing Research] ಹಾಗೂ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೊಂದಿದ ಪ್ರಭಾವಗಳು ಅವುಗಳ ಶಕ್ತಿ ಇಂದು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಒಂದು ಕಲೆಯನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿವೆ. ಅಷ್ಟೆ ಅಲ್ಲದೆ ಜಾಹಿರಾತು ಖಚಿತವಾದ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಕೊಡುವಂತ ವಿಜ್ಞಾನವನ್ನಾಗಿ, ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಹೊರಬಹುದಾದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನೂ ಕೂಡಾ ತಿಳಿಸಿಕೊಡಬಹುದಾದ ವಿಷಯವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದು ಕಲೆಯಾಗಿ, ಒಂದು ವಿಜ್ಞಾನವಾಗಿ, ಒಂದು ಉದ್ಯೋಗವಾಗಿ ಮತ್ತು ಒಂದು ವೃತ್ತಿಯಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡಿರುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಇತಿಹಾಸದ ಅಧ್ಯಯನಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಮಹತ್ವದ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವ ಹಂಬಲಹೊಂದಲಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಹಿಂದೆಂದೆಗಿಂತಲೂ ಇಂದು ಬಹಳ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸ್ವತಂತ್ರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಸಹಾಯ ವಿಲ್ಲದೆ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನವು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅಥವಾ ಜನ ಸಮೂದಾಯವನ್ನು ತಲುಪಲಾರದು. ಜೊತೆಗೆ 'ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜೀವನಾಡಿಯಾಗಿವೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸದೆ ನಡೆಯುವ ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಬಹಳದೂರ ನಡೆಯಲಾರದು'[೧] ಎನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಇಂದಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆನಿರ್ಮಾಣವಾಗಿದೆ.

ಆಧುನಿಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಲೋಕ ಬಹಳ ವಿಶಾಲ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಂತಹದು

---

೧. ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ.ಪೂರ್ಣಿಮಾ, ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಪುಟ:೨೬೧.

ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ, ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಬೀರುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಭಾವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪಾದಕರು / ಜಾಹಿರಾತುದಾರರು ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅದು 'ಜಾಹಿರಾತು ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಅಸ್ತ್ರವಾಗಿ ಸಮಾಜವನ್ನು ಪರಿವರ್ತನೆಯ ಹಾದಿಗೆ ಹಚ್ಚಿದೆ. ಮೂಲತಃ ಮನುಷ್ಯನ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ವಿಚಾರಗಳ ಮೇಲೆ, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಂದರ್ಭಗಳ ಮೇಲೆ ತೀವ್ರತರ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಯಶಸ್ವಿನ ದಾರಿ ಹುಡುಕುತ್ತಿವೆ'[೨]. ಈ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಿಂಬಿಸುತ್ತಲಿವೆ? ಸಾಮಾಜಿಕ ಪುನರ್ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ, ಅದು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಾತ್ರದ ಬಗ್ಗೆ, ಪರಸ್ಪರ ಸಹೋದರ ಭಾವನೆ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸಮಾನತೆ, ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ಉಪಯೋಗ ಹಾಗೂ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳೇನು? ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ? ಎಂಬ ಇತ್ಯಾದಿ ವಿಷಯಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿನ ವಸ್ತು, ವಿಷಯ, ವರ್ಣಸಂಯೋಜನೆ, ಶಬ್ಧ, ಸಂದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ಸಾರಾಂಶ, ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯಲ್ಲಿನ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟ ಪಡಿಸುವುದು. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳು ನಮ್ಮ 'ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯ'ಕ್ಕೆ ಹೇಗೆ ಪೂರಕ ಮತ್ತು ಪ್ರೇರಕವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ ಎಂದು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮೂಲಕ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿದೆ.

* ಜಾಹಿರಾತಿನ ಕುರಿತು ಸ್ಥೂಲವಾದ ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ ಹಾಗೂ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಿನ್ನಲೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವುದು.
* ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಧಾರ್ಮಿಕ ಅಂಶಗಳು ಹೇಗೆ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು.
* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಿಂಬಿಸುತ್ತಿವೆ.
* ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಅಂಶಗಳು ಚಿತ್ರಣಗೊಂಡ ಬಗೆ ಎಂತಹದೆಂಬುದನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶವು ಇದೆ.
* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪುನರ್ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ.
* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಸಹೋದರಭಾವನೆ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸಮಾನತೆಗೆ ಹೇಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತಿವೆ.
* ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳೇನು?
* ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಶಗಳ ಮಹತ್ವ ಹೀಗೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ.

---

೨. ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ.ಪೂರ್ಣಿಮಾ. ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ. ಪುಟ: ೨೬೧.

ಚಿತ್ರಕಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನಗಳು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಕಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಶೋಧನಾ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ನಡೆದಿಲ್ಲವೆಂದೇ ಹೇಳಬಹುದಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಕಲೆಗಳ ಕುರಿತಾದ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶ ದೊರಕಿದ್ದು ತೀರ ಇತ್ತೀಚಿಗಷ್ಟೆ ೬೦ ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಈ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ತೀವ್ರಗೊಂಡು ಈಗಷ್ಟೇ ತನ್ನ ಶೈಶವಾವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಕಳೆದು ಯೌವ್ವನಕ್ಕೆ ಕಾಲಿಡುತ್ತಿದೆ. ೧೯೮೦ ರ ದಶಕದಿಂದ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ನಡೆದ ದೃಶ್ಯಕಲಾ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ಸ್ಥೂಲವಾದ ವಿವರವನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ಸಮೀಕ್ಷಿಸಿ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

೧೯೮೦ರ ದಶಕದಿಂದ ಕರ್ನಾಟಕದ ದೃಶ್ಯಕಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮೊದಲಬಾರಿಗೆ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ ಕುರಿತು ಸಂಶೋಧನಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಡಾ.ಎಸ್.ಸಿ.ಪಾಟೀಲರು ೧೯೮೩ ರಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ವಿ.ವಿ.ಯ ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಶಿಕ್ಷಣ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಮಂಡಿಸಿದ **ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಶಾಲಾ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಕಲಾ ಶಿಕ್ಷಣ: ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ**[೩] ಎಂಬಸಂಶೋಧನ ಕಿರು ಪ್ರಬಂಧವು ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪ್ರಥಮ ಅಧ್ಯಯನದ ಕಾರ್ಯವೆಂದು ದಾಖಲೆ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ೧೯೮೭ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಬಿ.ಕೆ. ಹಿರೇಮಠರವರು **ಕನ್ನಡ ಹಸ್ತಪ್ರತಿಗಳು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ**[೪] ಎಂಬ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಹಸ್ತಪ್ರತಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ ಕುರಿತಂತೆ ಕೆಲವು ಅಧ್ಯಾಯಗಳನ್ನು ಮೀಸಲಾಗಿಟ್ಟು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಇದರ ನಂತರ ೧೯೯೧ ರಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಜನಪದ ಚಿತ್ರಕಲೆಯನ್ನೇ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಮುಖ್ಯ ವಿಷಯವನ್ನಾಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಕರ್ನಾಟಕ ವಿ.ವಿ.ಗೆ ಮಂಡಿಸಿದ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ **ಕರ್ನಾಟಕದ ಜನಪದ ಚಿತ್ರಕಲೆ**[೫] ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಡಾ.ಎಸ್.ಸಿ.ಪಾಟೀಲರು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದು ದೃಶ್ಯಕಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೊದಲ ಅಧ್ಯಯನ ಎಂಬ ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆಗೆ ಪಾತ್ರವಾಗಿದೆ. ನಂತರದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ೧೯೯೫ ರಲ್ಲಿ ಡಾ. ಅ.ಲ.ನರಸಿಂಹನ್ ಅವರು ಬೆಂಗಳೂರು ವಿ.ವಿ.ಗೆ. ಮಂಡಿಸಿದ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ **ಕರ್ನಾಟಕದ ಚಿತ್ರಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಂಶಗಳು,**[೬] ೧೯೯೭ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಸಂಪದಾ ಭಟ್ ಅವರ **ಹಿಂದೂಸ್ಥಾನಿ ಸಂಗೀತ ಹಾಗೂ ರಾಗಮಾಲ ಚಿತ್ರಗಳು**[೭] ಬೆಂಗಳೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ, ೧೯೯೭ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಪುಷ್ಪಾ ದ್ರಾವಿಡ ಇವರು ಮಂಡಿಸಿದ **ಅನಿವಾಸಿ ಭಾರತೀಯ ಕಲಾವಿದ ದಿ. ನಿಕೋಲಸ್ ರೋರಿಕ ಜೀವನ ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳು.**[೮] ೨೦೦೦ ರಲ್ಲಿ ಡಾ. ಯಾದಪ್ಪ ಪರದೇಶಿಯವರ **ಉತ್ತರ ಕನಾಟಕದ**

೩. ಡಾ. ಎಸ್.ಸಿ.ಪಾಟೀಲ : ಮಾಧ್ಯಮಿಕ ಶಾಲಾ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಕಲಾ ಶಿಕ್ಷಣ, ಕರ್ನಾಟಕ ವಿ.ವಿ., ೧೯೮೩.
೪. ಡಾ. ಬಿ.ಕೆ.ಹಿರೇಮಠ : ಕನ್ನಡ ಹಸ್ತಪ್ರತಿಗಳು, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ ಕರ್ನಾಟಕ ವಿ.ವಿ., ೧೯೮೭
೫. ಡಾ. ಎಸ್.ಸಿ.ಪಾಟೀಲ : ಕರ್ನಾಟಕ ಜನಪದ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ೧೯೯೧.
೬. ಡಾ. ಅ.ಲ.ನರಸಿಂಹನ್: ಕರ್ನಾಟಕದ ಚಿತ್ರಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಂಶಗಳು, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಬೆಂಗಳೂರು ವಿ.ವಿ., ೧೯೯೮.
೭. ಡಾ. ಸಂಪದಾ ಭಟ್ : ಹಿಂದೂಸ್ಥಾನಿ ಸಂಗೀತ ಹಾಗೂ ರಾಗಮಾಲ ಚಿತ್ರಗಳು, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ. ೧೯೯೭.
೮. ಡಾ. ಪುಷ್ಪಾ ದ್ರಾವಿಡ : ಅನಿವಾಸಿ ಭಾರತೀಯ ಕಲಾವಿದ ದಿ.ನಿಕೋಲಸ್ ರೋರಿಕ ಜೀವನ ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳು, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಬೆಂಗಳೂರು ವಿ.ವಿ., ೧೯೯೭

ಭಿತ್ತಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ,[೯] ೨೦೦೨ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಶಿವಾನಂದ ಬಂಟನೂರು ಇವರ **ಕರ್ನಾಟಕದ ಜನಪದ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ.**[೧೦] ೨೦೦೨ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಗಿರೀಶ ಕುಮಾರ್ ಎಂ.ಕೆ. ಅವರ **ಬುಡಕಟ್ಟು ಚಿತ್ರಕಲೆ.**[೧೧] ೨೦೦೨ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಲಕ್ಷ್ಮಿದೇವಿ ಗವಾಯಿಯವರ ಕಲಾವಿದ **ಎಂ.ಎ. ಚೆಟ್ಟಿಯವರ ಜೀವನ, ಕಲಾಕೃತಿಗಳು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ.**[೧೨] ೨೦೦೨ ರಲ್ಲಿ ಶರಣಪ್ಪ ಕೋಲ್ಕಾರ ಅವರ **ಕೊಪ್ಪಳ–ಹಂಪಿ ಪ್ರದೇಶದ ಪ್ರಾಗೈತಿಹಾಸಿಕ ಕಾಲದ ಕಲೆ.**[೧೩] ೨೦೦೨ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಸೌಮ್ಯ ಅವರ **ಯಂತ್ರಾ ದಿ ವಿಜುವಲ್ ಆಫ್ ಶಂಕರಾ ಫಿಲಾಸಫಿ ವಿತ್ ರೆಫೆರೆನ್ಸ್ ಟು ಕಾಂಟೆಂಪರರಿ ತಾಂತ್ರಿಕ ಆರ್ಟಿಸ್ಟ್.**[೧೪] ೨೦೦೨ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಪ್ರಮೀಳಾ ಲೋಚನ ಅವರ **ಮೈಂಡ್ ಮ್ಯೂಜಿಕ್ ಅಂಡ್ ಕಲರ್ ಎಕ್ಸಪೋಜಿಸ್ ಅಂಡ್ ಡೆವೆಲಪ್ಮೆಂಟ್ ಆಫ್ ರಾಗಮಾಲಾ ಅಂಡ್ ಕಾಂಟೆಂಪರರಿ ಪೇಂಟಿಂಗ್**[೧೫] ೨೦೦೩ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ವೀಣಾ ಶೇಖರ್ ಮಂಡಿಸಿದ **ಎ ಸ್ಟಡಿ ಆಫ್ಹಿಸ್ಟಾರಿಕಲ್ ಪೇಂಟಿಂಗ್ ಆಫ್ ಕರ್ನಾಟಕ** (೧೭೮೦–೧೮೨೦),[೧೬] ೨೦೦೩ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಸಿದ್ಧಲಿಂಗಸ್ವಾಮಿ ಹಿರೇಮಠ ಅವರ **ಕಲಾವಿದ ಆರ್.ಎಮ್. ಹಡಪದ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ,**[೧೭] ೨೦೦೩ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಎಸ್.ಸಿ.ಪಾಟೀಲರು ಕರ್ನಾಟಕ ವಿ.ವಿ.ಗೆ ಮಂಡಿಸಿದ **ಎ ಕ್ರಿಟಿಕಲ್ ಎನಾಲಿಸಿಸ್ ಆಫ್ ಆರ್ಟ ಎಜ್ಯುಕೇಶನ್ ಎಟ್ ಸ್ಕೂಲ ಲೆವೆಲ್ ಇನ್ ಕರ್ನಾಟಕ ಸ್ಟೇಟ್ ವಿತ್ ಸ್ಪೆಷಲ್ ರೆಫೆರೆನ್ಸ್ ಟು ಡ್ರಾಯಿಂಗ್ ಆಂಡ್ ಪೇಂಟಿಂಗ್,**[೧೮] ೨೦೦೪ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ವಿ.ಎಮ್.ಬಾಗಾಯತ್ ಅವರ **ಕರ್ನಾಟಕಮುಸ್ಲಿಂ ಅರಸರ ಕಾಲದ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ (೧೪೦೦–೧೮೦೦),**[೧೯] ೨೦೦೪ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಶಿವಕುಮಾರ ಜಿ.ಓ. ಅವರ **ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಮಕಾಲೀನ ಉತ್ಸವಗಳು ಹಾಗೂ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳು,**[೨೦] ೨೦೦೫ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಶಶಿಕಲಾ ಹೂಗಾರ ವರ **ಕರ್ನಾಟಕ ತೊಗಲುಗೊಂಬೆ**

---

೯. ಡಾ. ಹಾ. ಯಾದಪ್ಪ ಪರದೇಶಿ : ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದ ಭಿತ್ತಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ. ೨೦೦೦.

೧೦. ಡಾ. ಶಿವಾನಂದ ಬಂಟನೂರು : ಕರ್ನಾಟಕದ ಜನಪದ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ. ೨೦೦೨.

೧೧. ಡಾ. ಗಿರೀಶ ಕುಮಾರ್ ಎಂ.ಕೆ. : ಬುಡಕಟ್ಟು ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ. ೨೦೦೨.

೧೨. ಡಾ. ಲಕ್ಷ್ಮಿದೇವಿ ಗವಾಯಿ : ಕಲಾವಿದ ಎಂ.ಎ.ಚೆಟ್ಟಿಯವರ ಜೀವನ, ಕಲಾಕೃತಿಗಳು – ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ. ೨೦೦೨.

೧೩. ಡಾ. ಶರಣಪ್ಪ ಕೋಲ್ಕಾರ : ಕೊಪ್ಪಳ–ಹಂಪಿ ಪ್ರದೇಶದ ಪ್ರಾಗೈತಿಹಾಸಿಕ ಕಾಲದ ಕಲೆ , ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ. ೨೦೦೨.

೧೪. ಡಾ. ಸೌಮ್ಯ : ಯಂತ್ರಾ ದಿ ವಿಜುವಲ್ ಆಫ್ ಶಂಕರಾ ಫಿಲಾಸಫಿ ವಿತ್ ರೆಫೆರೆನ್ಸ್ ಟು ಕಾಂಟೆಂಪರರಿ ತಾಂತ್ರಿಕಾ ಆರ್ಟಿಸ್ಟ್, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಬೆಂಗಳೂರು ವಿ.ವಿ. ೨೦೦೨.

೧೫. ಡಾ. ಪ್ರಮೀಳಾ ಲೋಚನ : ಮೈಂಡ್ ಮ್ಯೂಜಿಕ್ ಅಂಡ್ ಕಲರ್ ಎಕ್ಸಪೋಜಿಸ್ ಅಂಡ್ ಡೆವೆಲಪ್ಮೆಂಟ್ ಆಫ್ ರಾಗಮಾಲಾ ಅಂಡ್ ಕಾಂಟೆಂಪರರಿ ಪೇಂಟಿಂಗ್, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ., ಮ.ಪ್ರ., ಬೆಂಗಳೂರು ವಿ.ವಿ. ೨೦೦೨.

೧೬. ಡಾ. ವೀಣಾ ಶೇಖರ್ : ಎ ಸ್ಟಡಿ ಆಫ್ ಹಿಸ್ಟಾರಿಕಲ್ ಪೇಂಟಿಂಗ್ ಆಫ್ ಕರ್ನಾಟಕ (೧೭೮೦ – ೧೮೨೦) ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಬೆಂಗಳೂರು ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೩.

೧೭. ಡಾ. ಸಿದ್ಧಲಿಂಗಸ್ವಾಮಿ ಹಿರೇಮಠ : ಕಲಾವಿದ ಆರ್.ಎಮ್.ಹಡಪದ, ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೩.

೧೮. ಡಾ. ಎಸ್.ಸಿ. ಪಾಟೀಲ್: ಎ ಕ್ರಿಟಿಕಲ್ ಎನಾಲಿಸಿಸ್ ಆಫ್ ಆರ್ಟ ಎಜ್ಯುಕೇಶನ್ ಎಟ್ ಸ್ಕೂಲ ಲೆವೆಲ್ ಇನ್ ಕರ್ನಾಟಕ ಸ್ಟೇಟ್ ವಿತ್ ಸ್ಪೆಷಲ್ ರೆಫೆರೆನ್ಸ್ ಟು ಡ್ರಾಯಿಂಗ್ ಆಂಡ್ ಪೇಂಟಿಂಗ್, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕರ್ನಾಟಕ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೩.

೧೯. ಡಾ. ವಿ.ಎಮ್.ಬಾಗಾಯತ್ : ಕರ್ನಾಟಕ ಮುಸ್ಲಿಂ ಅರಸರ ಕಾಲದ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ (೧೪೦೦ – ೧೮೦೦), ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೪.

೨೦. ಡಾ. ಶಿವಕುಮಾರ ಜಿ.ಓ. : ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಮಕಾಲೀನ ಉತ್ಸವಗಳು ಹಾಗೂ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳು, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಗು.ವಿ.ಗು., ೨೦೦೪.



ಚಿತ್ರಕಲೆ[೨೧] ೨೦೦೫ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಶಿವಪ್ರಕಾಶ ತುಕ್ಕಣ್ಣವರ ಅವರ **ಕರ್ನಾಟಕ ರಥ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ**[೨೨] ೨೦೦೫ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಎಚ್.ಎನ್. ಚಿತ್ರಗಾರ ಅವರ **ಕರ್ನಾಟಕ ಹಸ್ತಪ್ರತಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ**[೨೩] ೨೦೦೫ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಎಸ್.ವಿ.ವೆಂಕಟೇಶಯ್ಯ ಅವರ **ಅಜಂತಾ ಗುಹೆಯ ವರ್ಣಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತು ಅಂಶಗಳು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ**[೨೪] ೨೦೦೬ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ವಿಶ್ವೇಶ್ವರಿ ತಿವಾರಿ ಅವರ **ರಂಗೋಲಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ**[೨೫] ೨೦೦೭ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಗೀತಾಜಂಲಿ ಬಿ.ಆರ್ ಅವರ **ಕರ್ನಾಟಕದ ಐತಿಹಾಸಿಕ ದೀಪಸ್ಥಂಭಗಳು ಮೈಸೂರು ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಅನುಲಕ್ಷಿಸಿ**[೨೬] ಹಾಗೂ ೨೦೦೭ ರಲ್ಲಿಯೇ ಬಂದ ಡಾ.ಎಮ್.ಸಿ. ಬಾಗೋಡಿಯವರ **ಸುರಪುರ ಶೈಲಿಯ ಚಿತ್ರಕಲೆ**[೨೭]. ೨೦೦೮ರಲ್ಲಿ ಡಾ. ಎ.ಎಸ್. ವಿಶ್ವನಾಥ ಅವರ **ಕರ್ನಾಟಕ ಕರಾವಳಿಯ ಯಕ್ಷಗಾನ ದೃಶ್ಯಕಲೆಯ ಮುಖವರ್ಣಿಕೆ ಮತ್ತು ವೇಷಭೂಷಣ**[೨೮] ಹಾಗೂ ಡಾ. ಮೋಹನರಾವ್ ಪಂಚಾಳ ಇವರ **ಕಲಾವಿದ ಡಾ.ಎಸ್.ಎಮ್. ಪಂಡಿತ ಬದುಕು ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ**[೨೯] ಇವು ಚಿತ್ರಕಲೆಯ ಕುರಿತು ಬಂದ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧಗಳು. ೨೦೦೫ ರಲ್ಲಿ ಡಾ. ಆನಂದ ಕೆ. ಪೂಜಾರ ಅವರ **ಕರಾವಳಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಾವಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ**[೩೦] ೨೦೦೫ ರಲ್ಲಿ ಡಾ.ಡಿ.ಎ. ಉಪಾಧ್ಯ ಅವರ **ದೃಶ್ಯಕಲೆಗಳ ತೌಲನಿಕ ಅಧ್ಯಯನ**[೩೧] ಡಿ.ಲಿಟ್. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧಗಳಾಗಿವೆ.

೨೦೦೨ ರಲ್ಲಿ ಮಲ್ಲಿಕಾರ್ಜುನ ಬಾಗೋಡಿಯವರು ಎಂ.ಫಿಲ್ ಪದವಿಗಾಗಿ ಮಂಡಿಸಿದ ಚಿತ್ರಕಲಾವಿದ **ಜಿ.ಎಸ್.ಖಂಡೇರಾವ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ,**[೩೨] ಮತ್ತು ೨೦೦೩ ರಲ್ಲಿ ಎ.ಎಸ್.ವಿಶ್ವನಾಥ ಅವರ **ಯಕ್ಷಗಾನ ದೃಶ್ಯಕಲೆಯ ಮುಖವರ್ಣಿಕೆ ಮತ್ತು ವೇಷಭೂಷಣ**[೩೩] ೨೦೦೫ ರಲ್ಲಿ ಶಂಕರಪ್ಪ ಎಂ. ಕುಂದಗೋಳ ಅವರ **ಕಲಾವಿದ ಡಿ.ವಿ. ಹಾಲಭಾವಿಯವರ ಬದುಕು ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳು**[೩೪] ಮತ್ತು ಸಿ. ಡಿ. ಜಟ್ಟೆಣ್ಣವರ ಅವರ **ಕಲಾವಿದ ಡಾ. ಎಂ. ವಿ. ಮಿಣಜಿಗಿಯವರ ಜೀವನ ಮತ್ತು**

---

೨೧. ಡಾ. ಶಶಿಕಲಾ ಹೂಗಾರ : ಕರ್ನಾಟಕ ತೊಗಲುಗೊಂಬೆ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೫.
೨೨. ಡಾ. ಶಿವಪ್ರಕಾಶ ತುಕ್ಕಣ್ಣವರ : ಕರ್ನಾಟಕ ರಥ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೫.
೨೩. ಡಾ. ಎಚ್.ಎನ್.ಚಿತ್ರಗಾರ : ಕರ್ನಾಟಕ ಹಸ್ತಪ್ರತಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೫.
೨೪. ಡಾ. ಎಸ್.ವಿ.ವೆಂಕಟೇಶಯ್ಯ : ಅಜಂತಾ ಗುಹೆಯ ವರ್ಣಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತು ಅಂಶಗಳು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೫.
೨೫. ಡಾ. ವಿಶ್ವೇಶ್ವರಿ ತಿವಾರಿ : ರಂಗೋಲಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಗು.ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೬
೨೬. ಡಾ. ಗೀತಾಂಜಲಿ ಬಿ.ಆರ್ : ಕರ್ನಾಟಕದ ಐತಿಹಾಸಿಕ ದೀಪಸ್ಥಂಭಗಳು ಮೈಸೂರು ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಅನುಲಕ್ಷಿಸಿ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೭
೨೭. ಡಾ. ಮಲ್ಲಿಕಾರ್ಜುನ ಬಾಗೋಡಿ : ಸುರಪುರ ಶೈಲಿಯ ಚಿತ್ರಕಲೆ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಗು.ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೭
೨೮. ಡಾ. ಎ.ಎಸ್. ವಿಶ್ವನಾಥ : ಕರ್ನಾಟಕ ಕರವಳಿಯ ಯಕ್ಷಗಾನ ದೃಶ್ಯಕಲೆಯ ಮುಖವರ್ಣಿಕೆ ಮತ್ತು ವೇಷಭೂಷಣ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೭
೨೯. ಡಾ. ಮೋಹನರಾವ್ ಪಂಚಾಳ : ಕಲಾವಿದ ಡಾ. ಎಸ್.ಎಮ್. ಪಂಡಿತ ಬದುಕು ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.,ಮ.ಪ್ರ., ಗು.ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೭
೩೦. ಡಾ. ಆನಂದ ಕೆ. ಪೂಜಾರ : ಕರಾವಳಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಾವಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಡಿ.ಲಿಟ್.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೫.
೩೧. ಡಾ. ಡಿ.ಎ. ಉಪಾಧ್ಯ : ದೃಶ್ಯಕಲೆಗಳ ತೌಲನಿಕ ಅಧ್ಯಯನ, ಡಿ.ಲಿಟ್.,ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೫.
೩೨. ಮಲ್ಲಿಕಾರ್ಜುನ ಬಾಗೋಡಿ : ಚಿತ್ರಕಲಾವಿದ ಜೆ.ಎಸ್. ಖಂಡೇರಾವ – ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೨.
೩೩. ಎ.ಎಸ್. ವಿಶ್ವನಾಥ : ಯಕ್ಷಗಾನ ದೃಶ್ಯಕಲೆಯ ಮುಖವರ್ಣಿಕೆ ಮತ್ತು ವೇಷಭೂಷಣ, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೩.
೩೪. ಶಂಕರಪ್ಪ ಎಂ. ಕುಂದಗೋಳ : ಕಲಾವಿದ ಡಿ.ವಿ. ಹಾಲಭಾವಿಯವರ ಬದುಕು ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳು, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೫.

ಕಲಾಕೃತಿಗಳು[೩೫] ೨೦೦೬ ರಲ್ಲಿ ರವಿ ವಸರಾಮ ನಾಯಕ ಇವರ **ಕಿನ್ನಾಳ ಕಲೆ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ**[೩೬] ಸುಚಿತ್ರಾ.ಗ.ಲಿಂಗದಳ್ಳಿ ಇವರ **ವಿಜಯನಗರದ ಭಿತ್ತಿ ಚಿತ್ರಕಲೆ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ.**[೩೭] ೨೦೦೭ ರಲ್ಲಿ ಉಮೇಶ.ಎಸ್. ಅವರ **ಕರ್ನಾಟಕದ ಜೈನ ಚಿತ್ರಕಲೆ**[೩೮] ಮತ್ತು ಶಶಿಕಂತ್. ಕೆ. ಬಸರಿಕಟ್ಟಿ ಅವರ **ಕಲಘಟಗಿಯ ಕಲೆ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ**[೩೯] ಹಾಗೂ ಶೈಲಾ ಬರಡೋಲ್ ಅವರ **ಸಂತ ಶಭರಾಯ ಜೀವನ ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳು**[೪೦] ಹಾಗೂ ಬಿ.ಎಮ್. ಪಾಟೀಲ್ ಅವರ **ನಿಪ್ಪಣಿವಾಡಿಯ ಭಿತ್ತಿ ಚಿತ್ರಗಳು**[೪೧] ಈ ಪ್ರಬಂಧಗಳು ಕರ್ನಾಟಕ ದೃಶ್ಯಕಲೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಬಂದ ಎಂ.ಫಿಲ್ ಸಂಶೋಧನಾ ಅಧ್ಯಯನಗಳಾಗಿವೆ. ಹೀಗೆ ಗುಲ್ಬರ್ಗಾ, ಬೆಂಗಳೂರು, ಕರ್ನಾಟಕ ವಿ.ವಿ. ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ. ಗಳಲ್ಲಿ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಅಧ್ಯಯನಾಕ್ಕಾಗಿ ಸುಮಾರು ೧೫ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಶೋಧನಾ ಪ್ರಬಂಧಗಳು ರಚನೆಯಾಗಿವೆ ಮತ್ತು ೨೫ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಂದಿ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ನಿರತರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಇದಲ್ಲದೇ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಗಳ ಡಿಪ್ಲೋಮಾ ಪದವಿ ಅಂತಿಮ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವ ಕೀರು ಸಂಶೋಧನಾ ಯೋಜನಾ ವರದಿಗಳು ಬಿ.ವಿ.ಎ / ಬಿ.ಎಫ್.ಎ ಪದವಿ ಹಾಗೂ ಎಂ.ವಿ.ಎ / ಎಂ.ಎಫ್.ಎ ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು ೪೦೦ ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಘುಶೋಧ ಪ್ರಬಂಧಗಳು ರಚನೆಗೊಂಡಿವೆ. ಪದವಿ ತರಗತಿಗಳಿಗೆ ಅಧ್ಯಯನದ ಭಾಗವಾಗಿ ಕಿರು ಸಂಶೋಧನಾ ಪ್ರಬಂಧಗಳು ರಚನೆಯಾಗಿದ್ದು, ಸಂಶೋಧನಾ ಅಧ್ಯಯನವು ಕಲಾಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅನಿವಾರ್ಯವಾದ ಅಧ್ಯಯನವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗೆ ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ತೀವ್ರವಾಗಿ ಮುನ್ನಡೆಯುತ್ತಲಿದ್ದು, ಭವಿಷ್ಯತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಕಲಾಕ್ಷೇತ್ರವು ಸಂಶೋಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೂ ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಲಗೊಳ್ಳುವ ಆಶಯವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ಕುರಿತು ಇದುವರೆಗೆ ನಡೆದ ಅಧ್ಯಯನ ಮತ್ತು ಪ್ರಕಟನೆಗಳು

'ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಮಕಾಲೀನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉತ್ಸವಗಳು ಹಾಗೂ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳು' ೨೦೦೪ ಡಾ.ಜಿ.ಓ. ಶಿವಕುಮಾರ ಅವರ ಪಿ.ಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ, ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರಮುಖ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉತ್ಸವಗಳು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯಮೇಳಗಳ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಮಕಾಲಿನ ಸಂದರ್ಭದ ಪ್ರಮುಖ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉತ್ಸವಗಳು ಹಾಗೂ ಜಾತ್ರೆಗಳ ವಿವಿಧ ಪ್ರಕಾರಗಳು, ಸೌಂದರ್ಯಮೂಲವಾಗಿ ಜಾತ್ರೆ ಹಬ್ಬ ಆಚರಣೆಗಳು ಹಾಗೂ ಸಮಕಾಲೀನ ಸಂದರ್ಭದ ಪ್ರಮುಖ ಸಂತೆಗಳು ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ, ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಸಂಶೋಧನೆ ಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದ್ದಾರೆ.

---

೩೫. ಪಿ.ಡಿ. ಜಟ್ಟೆಣ್ಣವರ : ಕಲಾವಿದ ಡಾ. ಎಂ.ವಿ. ಮಿಣಜಗಿಯವರ ಜೀವನ ಮತ್ತು ಕಲಾಕೃತಿಗಳು ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೫.
೩೬. ರವಿ ವಸರಾಮ ನಾಯಕ : ಕಿನ್ನಾಳ ಕಲೆ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೬
೩೭. ಸುಚಿತ್ರಾ ಗ. ಲಿಂಗದಳ್ಳಿ : ವಿಜಯನಗರದ ಭಿತ್ತಿಚಿತ್ರಕಲೆ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೬.
೩೮. ಉಮೇಶ.ಎಸ್. : ಕರ್ನಾಟಕದ ಜೈನ ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೭
೩೯. ಶಶಿಕಂತ್. ಕೆ. ಬಸರಿಕಟ್ಟಿ : ಕಲಘಟಗಿಯ ಕಲೆ, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೭
೪೦. ಶೈಲಾ ಬರಡೋಲ್ : ಸಂತ ಕಲಾವಿದ ಸುಬ್ಬರಾಯ ಕಲಾ ಮತ್ತು ಬದುಕು, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೭
೪೧. ಬಿ.ಎಮ್. ಪಾಟೀಲ್ : ನಿಪ್ಪಣಿವಾಡಿ ಬಿತ್ತಿ ಚಿತ್ರಗಳು, ಎಂ.ಫಿಲ್.ಪ್ರ.ಕ.ವಿ.ವಿ.ಹಂ. ೨೦೦೭

ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯ ಪರಂಪರೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಜಾತ್ರೆ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳಿಗೆ ತನ್ನದೇ ಆದ ವಿಶಿಷ್ಟಸ್ಥಾನವಿದೆ. ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಜಾತ್ರೆಗಳು, ಧಾರ್ಮಿಕ ಉತ್ಸವಗಳೇ ಆದರೂ ಅಲ್ಲಿ ಸಾಮರಸ್ಯ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸೌಹಾರ್ದ, ಭಾವೈಕ್ಯದ ಪ್ರತಿಬಿಂಬವನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ, ನಮ್ಮ ಪರಂಪರೆಯಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳು ಹಾಗೂ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉತ್ಸವಗಳು ನಮ್ಮ ಜನಜೀವನದಲ್ಲಿ ಹಾಸುಹೊಕ್ಕಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಬದುಕನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುವ ಉತ್ಸವಗಳಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳೇ ಪ್ರಮುಖ, ಹಾಗೆಯೇ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉತ್ಸವಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವ ಜನಮನದಲ್ಲಿ ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಛಾಯೆ ಎದ್ದುಕಾಣುತ್ತದೆ, ಇದರ ಸುತ್ತಮುತ್ತ ವ್ಯಾಪಾರ ಪ್ರಚಾರ ಹಾಗೂ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾರ್ಪಾಡುಗಳ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಅನುಭವಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಹೀಗೆ ತನ್ನದೇ ಆದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಪೋಷಿಸುತ್ತಾ ಬಂದಿರುವ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉತ್ಸವಗಳು ಹಾಗೂ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ತುಂಬಾ ಅವಶ್ಯಕ ಹಾಗೂ ಅಗತ್ಯವಾದ ವಸ್ತುವಾಗಿದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉತ್ಸವಗಳು ಹಾಗೂ ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದರೂ, ಧಾರ್ಮಿಕ ಆಚರಣೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜನಜೀವನ, ಪರಂಪರೆ ಮುಂತಾದವುಗಳ ಮೂಲಕ ಭಾರತೀಯ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಾಗೂ ನಾಗರೀಕ ಬದುಕಿನ ವಿವಿಧ ಬಾಂಧವ್ಯಗಳು ಬಿಚ್ಚು ಹೋಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ವಿವರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅಕ್ಷರ, ಶಿಕ್ಷಣ, ನಾಗರೀಕತೆ ಮತ್ತು ವಿಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಗತಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದವರ ಮೇಲೆ ಪ್ರಬಲವಾದ ಪರಿಣಾಮಬೀರಿದೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಗತಿವಿರೋಧಿಯಾಗದದ್ದು ಅವುಗಳಿಂದ ಹೊರಬಂದು ನಡೆಸುವ ಜೀವನವೇ ನಾಗರೀಕತೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಜೊತೆ ಮೈಯೊಡ್ಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೇಳಗಳು ಈ ದೆಸೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸಿವೆ, ಈ ಅಂಶ ಜನರನ್ನು ಯಾವ ದಿಕ್ಕಿನಡೆ ಕರೆದೋಯಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಕಾದುನೋಡಬೇಕು ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಎತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯ ಕಲೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹಿಂದಿನಿಂದ ಇಂದಿನವರಿಗೆ[೪೨] ಡಾ. ಲಕ್ಷ್ಮಣಸಿಂಗ್ ಆರ್. ರಾಥೋಡ್ ಅವರ ೨೦೦೭ ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವಾಗ ಹಲವಾರು ವಿದ್ವಾಂಸರು ತಮ್ಮದೆಯಾದಂತ ಅಧ್ಯಯನದ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿದ್ದಾರೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ, ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆಯನ್ನು ಇಡಿಯಾಗಿ, ಬಿಡಿಯಾಗಿ ವಿಭಿನ್ನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳಿಂದ ನೋಡುವಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಆಗಿವೆ. ಉದಾ: ಶಾಸನಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಾಗ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಶಾಸನತಜ್ಞರು ಅವುಗಳನ್ನು ಭಾಷೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಲಿಪಿ, ಮತ್ತು ಶಾಸನದಲ್ಲಿರುವ ವಿಷಯವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದೇ ಶಾಸನವನ್ನು ಒಬ್ಬ ಇತಿಹಾಸ ತಜ್ಞ ಅಂದಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಧಾರ್ಮಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ, ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗುವಂತೆ ನೋಡುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ ಆದರೆ ಅದೇ ಶಾಸನವನ್ನು ಒಬ್ಬ ಕಲಾವಿದ

೪೨. ಡಾ. ಲಕ್ಷ್ಮಣಸಿಂಗ್ ಆರ್. ರಾಥೋಡ್ : ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯಕಲೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹಿಂದಿನಿಂದ ಇಂದಿನವರಿಗೆ, ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಮೈ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೭

ನೋಡುವ ದೃಷ್ಟಿಯೇ ಬೇರೆ, ಈ ಮೇಲಿನ ಹಿನ್ನಲೆಗಳ ಅರಿವಿನಲ್ಲಿ ಶಾಸನವನ್ನು ಕೇವಲ ಅಕ್ಷರಗಳ ಅಥವಾ ಶಬ್ದಗಳ ಜೋಡಣೆ ಅಥವಾ ಒಂದು ಸಮೂಹ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸದೇ ಅದನ್ನು ಒಂದು ಕಲಾಕೃತಿಯಾಗಿ ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಶಾಸನದ ಲಿಪಿಯ ಅಕ್ಷರ ವಿನ್ಯಾಸಗಳು ಹಾಗೂ ಶಾಸನವನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಿದ ರೀತಿ ಮತ್ತು ಶಾಸನವನ್ನು ಬರೆದಿರುವ ಸ್ಥಳ, ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳು ಕೇವಲ ಜನಪಯೋಗಿಕ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ ಕಲಾ ಸಂವೇದನೆಗಳ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕತೆಯ ಪ್ರತಿಫಲವಾಗಿ ರಚನೆಯಾಗಿರುತ್ತವೆ, ಇದನ್ನು ಅನ್ವಯಕಲೆ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಭಿತ್ತಿ ಪತ್ರದ ಅಥವಾ ಪ್ರಸರಣ ಫಲಕದ ಮಾದರಿಯಾಗಿ ಅನ್ವಯಿಸಿ ನೋಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಪ್ರಾಚೀನ ಶಾಸನಗಳಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯಕಲೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹಿಂದಿನಿಂದ ಇಂದಿನವರೆಗೂ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಶಾಸನ, ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ಭಿತ್ತಿ ಮತ್ತು ಚಿಕಣಿ ಚಿತ್ರಗಳು ಇವುಗಳೆಲ್ಲವು ಒಂದು ಕಲಾಕೃತಿಯಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿಕೊಂಡು ಕಲಾತ್ಮಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಗ್ರಹಿಸಿಕೊಂಡು ಅವುಗಳಲ್ಲಿರುವ ಸಂಯೋಜನೆ, ಶೈಲಿ, ವಿನ್ಯಾಸ, ವೈವಿಧ್ಯತೆ, ಮುಂತಾದವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರಣೆಕೊಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ.

ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣ[೪೩] ಬಗ್ಗೆ ಕುರಿತು ಡಾ. ಕಲಾವತಿ ಬಿ.ಜಿ. ೨೦೦೭ ರಲ್ಲಿ ಪಿ.ಹೆಚ್.ಡಿ. ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದ ಉದ್ದೇಶ ಕುಟುಂಬದ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣಗೊಂಡಿರುವ ಭೌತಿಕ ಕುಟುಂಬವನ್ನು ಆಂತರೀಕ ಕುಟುಂಬವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ, ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಕರಣಗೊಂಡಿರುವ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಕೌಟಂಬಿಕ ಪಾತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಕೌಟಂಬಿಕೇತರ ಪಾತ್ರಗಳೆಂದು ವಿಭಾಗಿಸಿಕೊಂಡು ಇವುಗಳ ಮೂಲಕ ಕುಟುಂಬವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ಭೌತಿಕ ಮತ್ತು ಆತಂರಿಕ ಕುಟುಂಬದ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದಿರುವ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ವಿಭಕ್ತ ಕುಟುಂಬ ಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸಿವೆ, ಅವಿಭಕ್ತ ಕುಟುಂಬಗಳು ತುಂಬಾ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣಗೊಂಡಿವೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಫಲಿತಾಂಶಗಳು: ಮಹಿಳಾ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣ ಮತ್ತು ಪುರುಷ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಭಿನ್ನತೆ ಇದೆ, ಈ ಎಲ್ಲಾ ಪಾತ್ರಗಳ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣಗಳ ಮೂಲಕ ಅವರು ತುಲುಪಿದ ತೀರ್ಮಾನವೆಂದರೇ ಸ್ತ್ರೀ ಅಥವಾ ಪುರುಷ ಮುಖ್ಯ ಎನ್ನುವದಕ್ಕಿಂತ ಬದಲಾಗಿ ಸಮಾಜದ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ. ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿದ ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಬಹುದಾದ ಮೌಲ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ತನ್ನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತವೆ ಅದರಿಂದ ತನ್ನ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲೂ ಸ್ತ್ರೀತ್ವ ಪುರುಷತ್ವ, ಎರಡನ್ನೂ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳತ್ತವೆ ಸಮಾಜದೊಂದಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತುದಾರರು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಸಂವಾದ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧ ಇಟ್ಟಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ ಯಾವುದೇ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಸ್ಥಿರವಾಗಿ ಬದ್ಧರಾಗಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕ್ರೀಯಾಶೀಲರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿರುವ ಒಪ್ಪಬಹುದಾದ್ದುದನ್ನು

೪೩. ಡಾ. ಕಲಾವತಿ ಬಿ.ಜಿ. : ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣ. ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ., ೨೦೦೭

ಕೊಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಿಗೆ ಆಗುವದಿಲ್ಲ ಎಂದು ತಿಳಿದರೆ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಸಹಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೂಲಕ ಬಂಧತ್ವವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ ಜೊತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಉತ್ಪನ್ನಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಯೋಜಿಸುತ್ತವೆ ಹಾಗೂ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳ ದೃಢೀಕರಣದಿಂದ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸಂಬಂಧಗಳ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಜಾಹಿರಾತುದಾರರು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಮಿತಿಗಳು : ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ತುಂಬಾ ಸೃಜನಶೀಲವಾಗಿರುತ್ತವೆ ರೂಪಾತ್ಮಕ ದೃಶ್ಯ, ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಭಾಷೆಗಳ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ ಜೊತೆಗೆ ಇವು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಮ್ಮತ್ತ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ, ಈ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹಲವು ದೃಶ್ಯ, ಶ್ರಾವ್ಯ, ಮುದ್ರಣಗಳ ಮೂಲಕ ರೂಪುಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ ಆದ್ದರಿಂದ ಇವುಗಳ ಓದುಗರು ನೋಡುಗರು, ತಮಗೆ ಬೇಕಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ, ಜೊತೆಗೆ ದೃಶ್ಯಗಳು ಹಲವು ಬಗೆಯ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ, ಯಾವುದೋ ಒಂದು ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ ಹಲವರು ಹಲವು ಬಗೆಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಆದ್ದರಿಂದ ಇವುಗಳ ಅರ್ಥ ವಿವರಣೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಚಾಲೆಂಜಿಂಗ್, ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು ಆದಕಾರಣ ಇವುಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಕೊರತೆಗಳು ಕಂಡುಬರಬಹುದು ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸುವ ಬಣ್ಣ, ಸ್ಥಳ ಒಂದು ಚುಕ್ಕೆ, ಗೆರೆಗಳಿಗೂ ಒಂದೊಂದು ರೀತಿಯ ಅರ್ಥಸಂಬಂಧ ಇರುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳಿಗೂ ಮತ್ತು ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ವಿಷಯಕ್ಕೂ ಸಂಬಂಧ ಇರುತ್ತದೆ ಆದ್ದರಿಂದ ಇವುಗಳ ಅರ್ಥಸಂಬಂಧ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ವಿಷಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ತುಂಬಾ ಆಳವಾಗಿ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಬಹುದು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ[೪೪] : ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ : ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ (ಅಧ್ಯಾಯ ಏಳು) 'ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು'

ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಒಂದು ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಿರುವ ಇಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಕೆಲವು ಅನಿವಾರ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ ಮಾಹಿತಿಯುಗದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಮನರಂಜನೆ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಲಾಭದ ಆಸೆಬಿಟ್ಟು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ಒಪ್ಪಲಾಗದ ಮಾತು ಕಡೇ ಪಕ್ಷ ಅವು ಕಾರ್ಯಸ್ಥಗಿತಗೊಳಿಸದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾದರೂ ಆರ್ಥಿಕ ಭದ್ರತೆ ಅವುಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯ, ಅದೇ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಅವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

೪೪. ಡಾ. ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾ: ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ: ಪ್ರಕಟಿತ. ಪಿಹೆಚ್.ಡಿ.ಮ.ಪ್ರ., ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ.

ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು. ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜೀವನಾಡಿಯಾಗಿವೆ. ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸದೆ ನಡೆಯುವ ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಬಹಳ ದೂರನಡೆಯಲಾರದು ಜಗತ್ತೆಲ್ಲವೂ ಏಕತ್ರಗೊಂಡಂತೆ ಗೋಚರಿಸುತ್ತಿರುವ ಇಂದಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಅಪಾರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಸಿಕ್ಕಿದೆ. ಇಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅವಿಭಾಜಿತ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಅಸ್ತ್ರವಾಗಿ ಸಮಾಜವನ್ನು ಪರಿವರ್ತನೆಯ ಹಾದಿಗೆ ಹಚ್ಚಿದೆ. ಮೂಲತಃ ಮನುಷ್ಯನ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ವಿಚಾರಗಳ ಮೇಲೆ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಂದರ್ಭಗಳ ಮೇಲೆ ತೀವ್ರತರ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಯಶಸ್ಸಿನದಾರಿ ಹುಡುಕುತ್ತಿವೆ. ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಜಾಹಿರಾತು ತನ್ನ ಬಗಲಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಸಂವಹನ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಬೀರುತ್ತಿರುವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡೇ ಜಾಹಿರಾತುದಾರರು ಇದೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೂ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಜೊತೆಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಕನ್ನಡ ಭಾಷ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮದೇ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಡಾ.ಟಿ.ಸಿ. ಪೂರ್ಣಿಮಾರವರು ಗುರುತಿಸಿದ್ದಾರೆ. ೧೯೯೫ ರಲ್ಲಿ ಬಿ.ಎನ್. ಮಂಜುಳಾ ಅವರು ದೂರದರ್ಶನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಒಂದು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಧ್ಯಯನ ಎಂ.ಫಿಲ್ ಕಿರು ಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜಾಗತೀಕರಣ ಉದಾರೀಕರಣ ಖಾಸಗೀಕರಣ ಕುರಿತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಪರಿಚಯ[೪೫] ಲೇಖಕ ಡಾ. ನಾಡೀಗ ಕೃಷ್ಣ ಮೂರ್ತಿ ಕ.ವಿ. ನಾಗರಾಜ (೧೯೭೯) ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಹಿರಾತು ಸಯಾಮಿ ಅವಳಿಗಳು. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಬೆನ್ನೆಲುಬು ಜಾಹಿರಾತು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ಭದ್ರತೆಯದ್ಯೋತಕ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬೆಂಬಲವಿಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ಪತ್ರಿಕೆ ಉದ್ಯಮ ಬಹಳ ಕಾಲ ಬದುಕಲಾರದು. ಸ್ವಲ್ಪ ಸ್ವಲ್ಪವಾಗಿ ದಿಟ್ಟಹೆಜ್ಜೆಗಳನ್ನಿಟ್ಟ ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಸರ್ವತಂತ್ರ ಸ್ವತಂತ್ರ ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಪತ್ರಿಕೆ, ಬಾನುಲಿ, ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಿಹಿಸಿ ವಿತರಿಸುವ ಬೃಹತ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿವೆ, ಇವು ಪ್ರತಿವರ್ಷ ಕೋಟ್ಯಾಂತರ ರೂಪಾಯಿ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸುತ್ತವೆ, ಸಹಸ್ರಾರು ಮಂದಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ನೀಡುತ್ತಿವೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ.

ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ: ದೊಡ್ಡ-ದೊಡ್ಡ ಯೋಜನೆಗಳು ಮಾಡಲಾಗದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಪುಟ್ಟದೊಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಡಬಲ್ಲದು ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ ಒಳ್ಳೆಯದೇ![೪೬] (ಲೇಖನ ರಜನಿ.ಎಂ.ಜಿ. ಫೆಬ್ರವರಿ ೧೯ ೨೦೦೬ ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ). ಇವತ್ತಿನ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಜನರು ಜನರನ್ನು ಸಮಾಜವನ್ನು ಕೊನೆಗೆ ತಮ್ಮನ್ನು ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲೇ ಜಾಹಿರಾತು ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತಿದೆ,

೪೫. ಡಾ. ನಾಡೀಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ ಮತ್ತು ಕೆ.ವಿ. ನಾಗರಾಜ: ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಪರಿಚಯ, ೧೯೭೯.
೪೬. ರಜನಿ.ಎಂ.ಜಿ. ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ; ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ಫೆಬ್ರವರಿ ೧೯ ೨೦೦೬

ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಏನನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತಾರೋ ಏನನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುತ್ತಾರೋ ಅದೇ ಆದರ್ಶವಾಗುತ್ತದೆ. ದೊಡ್ಡ-ದೊಡ್ಡ ಯೋಜನೆಗಳು ಮಾಡಲಾಗದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಪುಟ್ಟದೊಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಡಬಲ್ಲದು ಕೆಲವು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪುವ ರೀತಿಯಲ್ಲೇ ಒಂದು ಹೊಸತನಕ್ಕೆ ನಾಂದಿ ಹಾಡಿರುತ್ತವೆ. ಉದಾ: ಲೈಫ್‌ಬಾಯ್ ನವರ ಜಾಹಿರಾತು ಆದೊಂದು ಕೊಳಕು ರಸ್ತೆ ಎಲ್ಲೆಡೆ ಹರಡಿರುವ ಕಸದರಾಶಿ, ದುರ್ನಾತ ಬೀರುವಚರಂಡಿ, ಜಡ್ಡುಗಟ್ಟಿದ ಮನೆಗಳು ಜಡವಾಗಿರುವ ಜನರು, ಅದೇ ಬೀದಿಯ ಮನೆಯೊಳಗಿಂದ ಏನೋ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ಬಂದವನಂತೆ ಕೈಯಲ್ಲೊಂದು ಪೊರಕೆ ಹಿಡಿದು ಬರುವ ಪೋರ ಅವನನ್ನು ನೋಡಿ ಅವನನ್ನೇ ಹಿಂಬಾಲಿಸುವ ಅವನ ಗೆಳೆಯರು, ರಸ್ತೆಯನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛ ಮಾಡುವುದನ್ನೇ ಆಟವೆಂಬತೆ ಸಂಭ್ರಮಿಸುವ ಮಕ್ಕಳು, ಮಕ್ಕಳ ಈ ಕೆಲಸನೋಡಿ ಬಾಯಿಯ ಮೇಲೆ ಕೈ ಇಟ್ಟ ಹಿರಿಯರು ಕೆಲವೇ ನಿಮಿಷಗಳಲ್ಲಿ ಬೀದಿ ಸ್ವಚ್ಛ ಒಂದು ಒಳ್ಳೆಯ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ ಉತ್ಸಾಹದಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳೆಲ್ಲ ಸೇರಿ ಸ್ನಾನ ಮಾಡುವ ಇನ್ನೊಂದು ಸಂಭ್ರಮ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಒಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿಯ ಟಚ್ (ಸ್ಪರ್ಶ) ಕೊಟ್ಟಿರುವುದು ಇದರ ವಿಶೇಷ.

ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಒಂದರ್ಥದಲ್ಲಿ ಸಮಾಜದ ಕನ್ನಡಿ, ಹಾಗೆಂದು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಏನಿದೆಯೋ ಅದನ್ನು ಮಾತ್ರ ತೋರಿಸುವುದಲ್ಲ ಏನಾಗಬೇಕೋ ಎಂಬುವುದನ್ನು ಸಹ ತೋರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವ ಆದರ್ಶಗಳನ್ನು ಯಾವ ನಡವಳಿಕೆಗಳನ್ನು ತೋರಿಸಬೇಕು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಅರಿತಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕ ಪ್ರಸಾಧನಗಳ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮಧ್ಯೆ ದಿನಕ್ಕೆ ಎರಡು ಬಕೆಟ್ ನೀರು ಒಬ್ಬರ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿಸಿದರೆ ಇಡೀ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ನೀರು ಉಳಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಲೆಕ್ಕಹಾಕಿ ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ನೀರು ಉಳಿಸುವ ಕಡೆ ಗಮನ ಸೆಳೆಯುವ ದೃಶ್ಯ, ಬಳಸಿಕೊಂಡಿರುವ 'ಸರ್ಫ್‌ಎಕ್ಸೆಲ್‌ನಂಥ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು' ಜನರಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುತ್ತಲ್ಲಿವೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಜನರ ಅಭಿರುಚಿ ಹೆಚ್ಚಿಸುವಂಥ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿ ಬೆಳಸುವಂಥ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವಂಥ, ಬೌದ್ಧಿಕವಾಗಿ, ಸೌಂದರ್ಯಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಜನರ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ತಾಕುವಂಥ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನೆನಪಲ್ಲಿ ಉಳಿಯುತ್ತವೆ. ಮನದಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತ ಮಾಡಿಸುವ, ಜನರ ಸಂವೇದನೆಯನ್ನು ಮೊನಚುಮಾಡುವಂಥ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಭಾವಿ. ಸೃಜನಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವ, ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿರುವ, ಪ್ರಗತಿಪರವಾಗಿರವ ಅವು (ಜಾಹಿರಾತುಗಳು) ನಿಶ್ಯಬ್ದಕ್ರಾಂತಿ ಮಾಡಬಲ್ಲವು ಹಾಗೂ ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಗೆ ಅಷ್ಟೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೂ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ಸ್ವರೂಪ

ಜಾಹಿರಾತು ಅಧ್ಯಯನ ಶಿಸ್ತಿನ ವಿಷಯವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು

ಸಮಾಜದ ಏಳಿಗೆಗಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಬಗೆಯ ಕೊಳ್ಳುವ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನೇ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿದೆ. 'ಸರ್ವರೂ ಸರ್ವಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸರದಾರರು' ಎಂಬ ತಿಳುವಳಿಕೆಯ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ. ಕಲಾವಿದನ ಕೈಚಳಕದಿಂದ ರಚನೆಗೊಂಡ ಒಂದು ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ಪ್ರತಿ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಹೊಸ ಜೀವನ ಕ್ರಮವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು, ಐತಿಹಾಸಿಕ ಅಂಶಗಳು, ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಸಮಾಜಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳು, ಮಾನವೀಯ ಸಂಬಂಧಗಳು, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಹೇಗೆ ವ್ಯಕ್ತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಎಂಬ ಮೌಲಿಕವಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ಅನುಕೂಲತೆಗಾಗಿ ಎಂಟು ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸುವ ವಿಷಯದ ಕುರಿತಂತೆ ಅದರ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ರೂಪದ ವಿವರವನ್ನು ಇಲ್ಲಿಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಮೊದಲನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ, ಸ್ವರೂಪ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಹಾಗೂ ವೈಧಾನಿಕತೆ, ಕುರಿತಾದ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಎರಡು

ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ಥೂಲ ನೋಟ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಚಯ :

ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ಥೂಲ ನೋಟವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು ಇಂದಿನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಸಮಾಜಿಕ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಆಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಹಾಗೂ ಅದು ಇಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ವಸ್ತು, ವಿಷಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗಲಾರದು ಅನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಈಗ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅದರ ಪಾರಂಪಾರಿಕ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜಾಹೀರಾತು ಎಂದರೇನು? ಅದರ ಅರ್ಥ, ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ, ಸ್ವರೂಪ, ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ಸಾಮ್ಯತೆ–ವೈಸಾಮ್ಯತೆ, ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ ಜಾಹಿರಾತು ಬೆಳವಣಿಗೆ, ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ರೂಪರೇಶಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಸರವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಮೂರು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಧಾರ್ಮಿಕ ಅಂಶಗಳು :

ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯಿದೆ. ಹಣ ಸಂಪಾದಿಸುವ ಆಸೆಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರೂ ಎಲ್ಲ ವಸ್ತು ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಪ್ರಚಾರವನ್ನೇ ಮೊರೆಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ಪರ್ಶಕ್ಕೆ ಸಿಗದೆ ಯಾವ ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನವೂ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ

ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳವುದು ಅಸಾಧ್ಯವೆನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಇಂದಿನ ಸಂದರ್ಭ ನಿರ್ಮಾಣಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಅಬ್ಬರದ ಪ್ರಚಾರದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಧಾರ್ಮಿಕ ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನ, ಜಾತ್ರೆ ಉತ್ಸವಗಳು, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ? ಇಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುದಾರರ ಉದ್ದೇಶ, ಸನ್ನಿವೇಶದ ಅರ್ಥ, ಸಂದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ವಿವರಣೆ, ಒಟ್ಟು ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿರುವ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಶೋಧಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ನಾಲ್ಕು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳು :

ವಿವಿಧತೆರನಾದ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ನಮೂನೆಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸಮಾಜದ ಸೇವೆಯ ಗುರಿಯನ್ನೇ ಹೊಂದಿದ್ದು [ಉದಾ: ಸೇವಾ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು] ಇನ್ನೂಕೆಲವು ತೆರನಾದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸ್ವಹಿತಾಸಕ್ತಿ, ವಾಣಿಜ್ಯಕರ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿರುವುದರೊಂದಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನೂ ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಈತರದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಗ್ರಾಹಕ / ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುವ ತಿಳುವಳಿಕೆ, ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸೇವೆಯನ್ನೇ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ. ಸಮಾಜದ ಪುನರ್ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಾತ್ರ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿಹಿಡಿಯುವ ರೀತಿ, ಆದರ್ಶಗಳು, ಬದುಕುವ ರೀತಿ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಅಂಗವಿಕಲತೆ, ಏಡ್ಸ್, ಸ್ತನ್ಯಪಾನ, ಅರೋಗ್ಯ ಅರಿವು, ಪರಿಸರ ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಸ್ವಚ್ಛತೆ, ಹೆಣ್ಣುಭ್ರೂಣಹತ್ಯೆ, ದೇವಾದಾಸಿ ಪದ್ಧತಿ, ನಿರ್ಮೂಲನೆಯಂತಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಆಧಾರವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸಮಾಜದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಹೇಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿವೆ ಎಂಬುವುದನ್ನು ಕುರಿತಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಈ ಅಧ್ಯಯದಲ್ಲಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಐದು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಅಂಶಗಳು :

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸಿದ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಥಳ, ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ವೈಭವದ ಪ್ರವಾಸಿತಾಣಗಳು [ಕರ್ನಾಟಕದ ನೆಲ, ಜಲ] ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯೇತರ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೇಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಅವುಗಳ ಉದ್ದೇಶ, ಅರ್ಥ ಮತ್ತು ಆ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾರುವ ಸಂದೇಶಕ್ಕೆ ಅದು [ಚಿತ್ರ] ಯೋಗ್ಯವೇ? ಇಂತಹ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಅಂಶಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಿಸಿದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ/ಸಾರ್ವಜನಿಕರಲ್ಲಿ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಿವೆಯೇ? ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಆರು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಶಗಳು :

ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಲನದಿಂದ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರ ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ನಾಂದಿಯಾಗಿದೆ. ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಹೊರ್ಡಿಂಗ್, ಕೈಪಿಡಿ, ಪುಸ್ತಕ ಮುಂತಾದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಅನೇಕ ಯೋಜನೆಗಳು ಜಾಹೀರು ಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಿಗೆ ಅಕ್ಷರಜ್ಞಾನ, ಸರ್ವಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯನ 'ಬಾ ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ' ಉನ್ನತ ವ್ಯಾಸಂಗಕ್ಕಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕ್, ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಹಣಕಾಸಿನ ಸಹಾಯ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಿಗೆ, ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕರಿಗೆ, ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಮುಂತಾದ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿರುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಕುರಿತು ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಆದ ಪ್ರಭಾವ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಏಳು

ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮಹತ್ವ :

ಜಾಹಿರಾತು ಕೇವಲ ಕೆಲವರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗೆ ಎನ್ನುವ ಮಾತು ಈಗ ಅರ್ಥಕಳೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಅದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಉಳಿಸಿ ಬೆಳೆಸುವ ಮಹೋನ್ನತ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿಯೂ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲೊಂದು ಎಂದು ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿದೆ/ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಇಂದು ನಾವು ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಯುಗದಲ್ಲಿದ್ದೇವೆ. ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಎರಡೂ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತಷ್ಟು ಮಹತ್ವ ಪಡೆಯುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂದಿನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅದು ಸಮಾಜಿಕ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಆಗಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಜನ ಸಮೂದಾಯ ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕ-ಪ್ರೇರಕ ಪೋಷಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಅದ್ದರಿಂದ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕತೆ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಜೀವನ ಮಟ್ಟ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂಬ ಇತ್ಯಾದಿ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಎಂಟು

ಸಮರೋಪ

ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಾಯದ ಎಲ್ಲ ಅಧ್ಯಾಯಗಳ ಅಧ್ಯಾಯನದ ಫಲಿತಗಳ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ

ಆಧುನಿಕ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಪರಿಣಾಮ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಬಳಕೆ

ವೈವಿಧ್ಯಮಯದಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ನೆರವಿನಿಂದ ಗ್ರಾಹಕ ಕುಳಿತಲ್ಲೇ ಅವುಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಅವು ನೀಡುವ ಮಾಹಿತಿ, ಕೊಡುವ ಪ್ರೇರಣೆ, ಪ್ರಭಾವ ಹಾಗೂ ಪ್ರಚೋದನೆಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟು, ಕುಳಿತ ಸ್ಥಳದಿಂದಲೆ ವಸ್ತು ಖರೀದಿಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಇದಕ್ಕೆಲ್ಲ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಕಾಲದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳೇ ಕಾರಣ. ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಆರು ಪ್ರಕಾರಗಳಲ್ಲಿ ಎಂಟು ನಮೂನೆಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಇಂದು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಿಸಿದೆ.

ಈ ಹಿನ್ನಲೆಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿ, ಉತ್ಪನ್ನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು (Product Advertising) ಉತ್ಪನ್ನೇತರ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು (Non-Product Advertising) ಎಂದು ವಿಂಗಡಿಸಿಕೊಂಡು ಸೀಮಿತ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಳ್ಳುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು, ಒಳಾಂಗಣ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ (Indoor Print Media) ಮತ್ತು ಹೊರಾಂಗಣ ಮುದ್ರಣ ಮಧ್ಯಮ (Outdoor Print Media) ಇತ್ಯಾದಿ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ(Miscellaneous Print Media) ಎಂದು ವರ್ಗಿಸಿಕೊಂಡು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸ್ಥಳೀಯ ಹಾಗೂ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ದಿನ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ನಿಯತಕಾಲಿಕಗಳು ಹಾಗೂ ವಿಶೇಷಾಂಕಗಳು ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆಗಳು, ಅಲ್ಲದೆ ಕರ್ನಾಟಕ ಸರಕಾರದ ಪ್ರಮುಖ ಇಲಾಖೆಗಳು ಪ್ರಕಟಿಸಿರುವ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಗೆ ಅಧ್ಯಯನ ವ್ಯಾಪ್ತಿಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ನೆಲ, ನುಡಿ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತುಕೊಟ್ಟರೂ 'ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಭಾಗವೇ ಆಗಿದೆ'[೪೭], ಹೀಗಾಗಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳು, ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಲಕ್ಷಣಗಳು, ಇಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಭಾರತೀಯ ಮೌಲ್ಯವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸುವುದರ ಬದಲು, ಮಾನವೀಯ ಮೌಲ್ಯಗಳೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. 'ಅಂದರೆ ಯಾವ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಕರ್ನಾಟಕದವೆಂದು ಹೇಳುತ್ತೇವೆಯೋ ಅವು ಇತರೆಡೆ ಕಾಣಬಾರದೆಂದೇನೂ ಇಲ್ಲ–ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಇತರ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳಲ್ಲಿದ್ದಿರಬಹುದಾದರೂ ಆ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಇತರೆಡೆಗಳಿಗಿಂತ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಎದ್ದು ಕಾಣುವಂತದಾಗಿದೆ, ಹೆಚ್ಚು ಕಾರ್ಯಶೀಲವಾಗಿದೆ,'[೪೮] ಈ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿನ ಕೆಲವೇ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಅಂಶತ ವಿಷಯಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ 'ಸಮನ್ವಯ ಗುಣವೇ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮುಖ್ಯ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ'[೪೯] ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

---

೪೭. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಗ್ಯಾಸೆಟಿಯರ್ ಭಾಗ ಮೂರು ೧೯೮೬, ಪುಟ: ೨೫೬
೪೮. – – ಅದೇ – – ಪುಟ: ೨೫೬
೪೯. – – ಅದೇ – – ಪುಟ: ೨೫೮.

ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಧಾನ

ಈ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಎರಡು ರೀತಿಯ ಆಕರ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಸ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

* ಮೂಲ ಆಕರ ಸಾಮಗ್ರಿ
* ಅನುಷಂಗಿಕ ಆಕರ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅವುಗಳಲ್ಲಿರುವ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಶೋಧಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಮೂಲ ಆಕರ ಸಾಮಗ್ರಿ

ಮೂಲ ಆಕರ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದ್ದದು ಕ್ಷೇತ್ರಕಾರ್ಯ. ಇದರಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಶನ, ಧ್ವನಿಗ್ರಹಣ, ಚರ್ಚೆ, ಛಾಯಾಚಿತ್ರಣ, ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಗಳ ಸಂಗ್ರಹ ಮುಂತಾದ ಕಾರ್ಯ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ನೇರವಾಗಿ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಆಧಾರಗಳನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಅನುಷಂಗಿಕ ಆಕರ ಸಾಮಗ್ರಿ

ಸಂಶೋಧನಾ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧಗಳು, ಪ್ರಕಟಿತ ಅಪ್ರಕಟಿತ ಕೃತಿಗಳು, ನಿಘಂಟುಗಳು, ಗೆಝೆಟೀರಿಯನ್‌ಗಳು, ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನಗಳು, ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಕುರಿತು ಪ್ರಕಟವಾದ ಲೇಖನಗಳು, ವಿಮರ್ಶೆ, ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನಗಳು, ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಬಿಡಿ ಲೇಖನಗಳು, ಗ್ರಂಥಾಲಯಗಳು, ಭಿತ್ತಿಚಿತ್ರಗಳು, ದಿನಪತ್ರಿಕೆಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು, ಕರಪತ್ರಗಳು, ಕೈಪಿಡಿ, ಹೋರ್ಡಿಂಗ್‌ಗಳು ಮುಂತಾದ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು, ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಇಲಾಖೆಗಳಲ್ಲಿನ ವರದಿಗಳು ಅಂತರ್‌ಜಾಲ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಅನುಷಂಗಿಕ ಆಕರ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

***



ಅಧ್ಯಾಯ: ಎರಡು

ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ಥೂಲ ನೋಟ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಚಯ

೨.೧ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಪ್ರಚಾರ ಕಲೆಯ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಕಾಲವು ಸುಮಾರು ಕ್ರಿ. ಪೂ. ೩೦೦೦ ವರ್ಷಗಳಷ್ಟು ಹಿಂದಿನಿಂದಲೂ ಇದೆ ಎಂದು ಇತಿಹಾಸದ ಅಧ್ಯಾಯನದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಬರಹವು ವಿಕಾಸವಾಗುವ ಮೊದಲು ಬಾಯಿಯಿಂದ ಉಚ್ಚರಿಸಿದ ಶಬ್ದ ಅಥವಾ ಮೌಖಿಕ ಶಬ್ದಗಳೇ ಪ್ರಚಾರದ ಮೊದಲಿನ ರೂಪವಾಗಿದ್ದಿರಬೇಕು ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡಲಾಗಿದೆ. ಹಿಬ್ರು, ಗ್ರೀಕ್ ಮತ್ತು ರೋಮನ್ ನಾಗರೀಕತೆಗಳಲ್ಲಿ ಮೌಖಿಕ ಪ್ರಚಾರ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿತ್ತು. ಜನರು ಬಾಯಿಯಿಂದ ಕೂಗಿಕೂಗಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕಿಟ್ಟ ಮಸ್ತುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಅಂದಿನ ಜನಗಳು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಊರು/ಕೇರಿಗಳಲ್ಲಿ ತಮಗೆ ಬೇಕಾದ ಮಸ್ತುಗಳನ್ನು ನೆರೆಹೊರೆಯವರಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಫಲವಾಗಿ (ಹಣದ ಬದಲು) ತಮ್ಮಲ್ಲಿರುವ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಅವರಿಗೆ ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಈ ರೀತಿಯ ತಮ್ಮ ವಸ್ತುಗಳಿಂದ ಅವರ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡುವ ಪದ್ಧತಿಗಳ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಕಲ್ಪನೆ ಅಥವಾ ಪದ್ಧತಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದೆ. ಇದರಿಂದ ಒಬ್ಬರ ಹತ್ತಿರ ಇರುವ ವಸ್ತುಗಳು ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ/ ಹಲವಾರು ಜನರಿಗೆ ಗೊತ್ತಾಗುತ್ತಾಹೋಯಿತು. ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿದಂತೆ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಜಾಹಿರಾತು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಲಿತವಾಯಿತು. ಇಂತಹ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ಬೆಳೆದು ಬಂದಿದೆ. ವಸ್ತುಗಳಿಂದ ವಸ್ತುಗಳಿಗೋಸ್ಕರ ವಸ್ತುಗಳ ವಿನಿಮಯ ಪದ್ಧತಿಯೇ (Barter System) ಜಾಹಿರಾತಿನ ಉಗಮಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ :

'ಮಾನವನ ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ತೃಪ್ತಿ ಪಡಿಸಬೇಕೆಂಬುದೇ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಯ

ಮುಖ್ಯ ಗುರಿ'[೧] ಅವನ ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ದೊರಕುತ್ತಿರಬೇಕು ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗುತ್ತಿರಬೇಕು. ಬರಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದರೆ ಸಾಲದು ಉತ್ಪಾದಿತ ವಸ್ತು ಉದ್ದೇಶಿತ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಲುಪಿದರೆ ಮಾತ್ರ ಉತ್ಪಾದಕರ ಶ್ರಮ ಸಾರ್ಥಕ. 'ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಸರಕು–ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಅನುಭೋಗಿಗಳಿಗೆ ಸಾಗಿಸುವ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಹಂತಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳು ಬಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ'[೨]. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನದೂ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

'ಇದು ಸಂಶೋಧನೆಯ ಯುಗವಾಗಿದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಸ್ತುವಿಗೂ ಪರ್ಯಾಯಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಲಾಗಿದೆ. ಬೃಹತ್ ಉತ್ಪಾದನೆ ಹಾಗೂ ತೀವ್ರ ಪೈಪೋಟಿಯ ಈ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ದಕ್ಷವಾದ ಹಾಗೂ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಬೇಡಿಕೆ ಸೃಷ್ಟಿಯ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ತೊಡಗಿಸದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಯಾವ ಉತ್ಪಾದಕನೂ ತನ್ನ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಬೃಹತ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ವಿತರಿಸಲಾರ'[೩] ಹೀಗಾಗಿ ಆಧುನಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಎಲ್ಲ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. 'ಜಾಹಿರಾತು ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಂಪರ್ಕದ ಒಂದು ಉತ್ತಮ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಸಹಕರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ವಿಕ್ರಯಕ್ಕೆ [ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ] ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ. ಅದರ ಉಪಯುಕ್ತ ಸೇವೆಯಿಂದಾಗಿ ಈ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದು ಅವಶ್ಯಕತೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅದು ಎಷ್ಟು ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ಹಾಗೂ ಲಾಭದಾಯಕವಾಗಿದೆ ಎಂದರೆ ಇಂದು ಅದನ್ನು ಕೇವಲ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಧಾರ್ಮಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಲೋಕಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕೂಡ ನಡೆಸುತ್ತವೆ. ಅದು ಪ್ರಚಾರದ ಲಾಭದಾಯಕ ಹಾಗೂ ಗೌರವಯುತವಾದ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ'.[೪] ಅಲ್ಲದೆ ಈ ಹಿಂದೆ ತಿಳಿಸಿದಂತೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಕೇವಲ ಕೆಲವರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗೆ ಎನ್ನುವ ಮಾತು ಈಗ ಅರ್ಥಕಳೆದುಕೊಂಡಿದೆ. 'ಜಾಹಿರಾತು ಇಲ್ಲದೆ ಜೀವನ ನಡೆಸುವುದೇ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲವೇನೋ ಎನ್ನುವಷ್ಟು ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಬಂದೊದಗಿದೆ, ನೀವು ಏನನ್ನು ಖರೀದಿಸಬೇಕು; ಯಾವ ಆಹಾರ ಸೇವಿಸಬೇಕು; ಯಾವ ಉಡುಗೆ ತೊಡುಗೆಧರಿಸಬೇಕು; ಹೇಗೆ ಜನರೊಡನೆ ವ್ಯವಹರಿಸಬೇಕು ಇತ್ಯಾದಿ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುತ್ತಲೇ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿ'.[೫]

---

೧. ಕೆ.ಡಿ.ಬಸವಾ, ವಿಕ್ರಯಶಾಸ್ತ್ರ ಹಾಗೂ ವಿಕ್ರಯಕಲೆ, ಪುಟ:೧
೨. – – ಅದೇ – – ಪುಟ: ೧
೩. ಬಿ.ಎಸ್. ರಾಮನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೩೬೪
೪. – – ಅದೇ – – ಪುಟ: ೩೬೪
೫. ವೈಜಿ. ಮುರಳಿಧರ, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಬಳಕೆದಾರರು, ಪುಟ: ೩

ಅದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಉಳಿಸಿ ಬೆಳೆಸುವ ಮಹೋನ್ನತ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿಯೂ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲೊಂದು ಎಂದು ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿದೆ / ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

೨.೨ ಜಾಹಿರಾತು ಎಂದರೇನು : ಜಾಹಿರಾತಿನ ರೂಪ ನಿಷ್ಪತ್ತಿ ಅರ್ಥ, ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ, ಸ್ವರೂಪ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ.

ಅಡ್ವರ್ಟೈಜಿಂಗ್ (Advertising) ಇದು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯ ಪದ. ಇದು ಲ್ಯಾಟಿನ ಭಾಷೆಯ ಅಡ್ವರ್ಟೋ (Advertoe) ಎಂಬ ಪದದಿಂದ ಬಂದಿದೆ. ಲ್ಯಾಟಿನ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ Advertoe ಎಂದರೆ ಮನಸ್ಸನ್ನು, ಗಮನವನ್ನು ತಿರುಗಿಸು ಅಥವಾ ಹೊರಳಿಸು ಎಂಬ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಶಬ್ಧಕೋಶ (Dictionary) ದಲ್ಲಿ Advertise ಎಂದರೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸು/ ತಿಳಿಸು ಅಥವಾ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಸೂಚನೆ ಕೊಡುವುದು. ಎನ್ನುವ ಅರ್ಥವಿದೆ. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿನ Advertising ಎಂಬ ಪದಕ್ಕೆ ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರ ಅಥವಾ ಜಾಹಿರಾತು ಎಂಬುದು ಸಮಾನ ಪದವಾಗಿದೆ.

ಅರ್ಥ : ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಲಭ್ಯತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಜನರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಅದೊಂದು ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಆ ಮೂಲಕ ಸಮಸ್ತ ಜನರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಆಯ್ಕೆ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ನೀಡುವಂತದಾಗಿದೆ.

೨.೨.೧ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬಗ್ಗೆ ವಿವಿಧ ತಜ್ಞರು ನೀಡಿರುವ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು

ಪ್ರೊಫೆಸರ್ ಸ್ಟಾರ್ಚ (Prof. Starch) ಅವರ ಪ್ರಕಾರ 'ಜಾಹಿರಾತು ಮುದ್ರಿತ ಮಾರಾಟದ ಕಲೆ ಆಗಿದೆ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟದ ವಸ್ತುವನ್ನು ಮುದ್ರಿತ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಸಾದರಪಡಿಸಿ ಜನರು ಅದನ್ನು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡುವುದೇ ಆಗಿದೆ'[೬] ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಹಾಗೂ ಪ್ರೊಫೆಸರ ಅಲ್ಬರ್ಟ ಫ್ರೇ (Prof Albert frey) ಅವರು ಮುಂದುವರೆದು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬಗ್ಗೆ ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ 'ಒಂದು ವಿಶಿಷ್ಟ ವಸ್ತು, ವ್ಯಾಪಾರಿ ಚಿಹ್ನೆ, ಸೇವಾಸಂಸ್ಥೆ, ವಿಚಾರ ಅಥವಾ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಬಾಯಿಮಾತಿನ ಮತ್ತು ದೃಷ್ಟಿಗೋಚರವಾಗುವಂತಹ ಸಂದೇಶವನ್ನು ತಯಾರಿಸುವುದು. ಹಾಗೂ ಅದು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಜನರು ಅನುಕೂಲ ಒಲವನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದು ಜಾಹಿರಾತು ಆಗಿದೆ'.[೭] ಪ್ರೊಫೆಸರ ಅಲ್ಬರ್ಟ ಫ್ರೇ ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಗ್ರಾಹಕರ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ಧ್ವನಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ರಚನೆಮಾಡಿ ಪ್ರಸಾರ ಪಡಿಸುವುದಾಗಿದೆ.

---

೬ ಕೆ.ಡಿ. ಬಸವಾ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೧೦.೨೭
೭ – – ಅದೇ – – ಪುಟ: ೧೦.೨೭

ವಿಲಿಯಮ್ ಜೆ. ಸ್ಟಾಂಟನ್ ಅವರ ಮಾತಿನಲ್ಲಿ 'ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನ ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಯೋಜನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವ್ಯಕ್ತಿ ಸಂಬಂಧವಿಲ್ಲದೆ ಶ್ರಾವ್ಯ ಅಥವಾ ದೃಶ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಾಯೋಜಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಒಂದು ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂದೇಶವು ಜಾಹಿರಾತು ಎಂಬುದಾಗಿ ಕರೆಯಲ್ಪಟ್ಟು ಒಂದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಚದುರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಯೋಜಕರಿಂದ ಪಾವತಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ'.[೮] ಇವರ ಮಾತಿನ ಅರ್ಥ ಉದ್ದೇಶಿತ ಗ್ರಾಹಕ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆ ಯೋಜನೆಯ ಸಂದೇಶ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಎಲ್ಲ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಅಮೇರಿಕೆಯ ಸಂಯುಕ್ತ ಸಂಸ್ಥಾನಗಳ ಅಧ್ಯಕ್ಷ ದಿವಂಗತ 'ರೂಜ್‌ವೆಲ್ಟ' ಅವರು ಇವರಿಗಿಂತ ಸ್ವಲ್ಪ ಭಿನ್ನವಾಗಿಯೇ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬಗ್ಗೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬಗೆಗೆ ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. 'ಜಾಹಿರಾತು ಉಪಯುಕ್ತ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಾಸ್ತವಿಕ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಅಸಂಖ್ಯಾತ ಜನರಿಗೆ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿಯೂ ಅದೊಂದು ಶಿಕ್ಷಣ ಪದ್ಧತಿ. ನಾಗರಿಕತೆಯ ಮುನ್ನಡೆಯು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನೇ ಅವಲಂಭಿಸಿದೆ'.[೯] ಇವರ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯೆಯು ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಗತೀಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದೆ. ಈ ಮೇಲಿನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುವ ಸಂಗತಿಯೆಂದರೆ. ಉತ್ಪಾದಿತ ವಸ್ತುವೇ ಉದ್ದೇಶಿಸಿದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಅದರ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ, ಜ್ಞಾನವನ್ನು ನೀಡಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಬಯಕೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸಿ ಅವರು ಅವುಗಳನ್ನು ಕೊಂಡು ಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅವರ ಬಯಕೆಯನ್ನು ತೃಪ್ತಿ ಪಡಿಸುವ ಎಲ್ಲಾ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

೨.೨.೨ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ :

ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪನ್ನ ಸೇವೆ ಯೋಜನೆ ಎಷ್ಟೇ ಉತ್ತಮವಾಗಿರಬಹುದು ಅವು ಎಷ್ಟೇ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿರಬಹುದು. ಆದರೆ ಅವು ಜನಸಮೂದಾಯಕ್ಕೆ ಗೊತ್ತಾಗದ ಹೊರತು ಅವುಗಳ ಮಾರಾಟ ಅಥವಾ ಉಪಯೋಗವಾಗಲಾರದು. ಇಂತಹ ವಿಷಯವನ್ನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅಸಂಖ್ಯಾತ ಜನರಿಗೆ ಇವುಗಳ ಉದ್ದೇಶ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ತಲುಪಿಸುವ ಗುಣ ವೈಶಿಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ, ವಾಸ್ತವಿಕ ಮತ್ತು ಭಾವೀ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ಧ್ವನಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ವಸ್ತು ವಿಷಯದ ಬಗೆಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟು ಅವರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ.

---

೮. ಬಿ.ಎಸ್. ರಾಮನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೩೬೭

೯. ಕೆ.ಡಿ. ಬಸವಾ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೧೦.೨೭

ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ವರೂಪ / ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಹೇಳಲಾಗಿದೆ.

* 'ಉತ್ಪನ್ನವೊಂದರ ಬಗ್ಗೆ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯೊಂದರ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹರಡುವುದು.
* ಅದೊಂದು ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಪ್ರಚಾರವಾಗಿದೆ. ಅಂದರೆ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಉದ್ದೇಶ ಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಪ್ರಾಯೋಜಕರು ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುತ್ತಾರೆ.
* ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರಾಯೋಜಕರ ಹೆಸರನ್ನು ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ.
* ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಾಯೋಜಕರು ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಅದೊಂದು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗಿರುವ ಪ್ರಚಾರವಾಗಿದೆ.
* ಅದೊಂದು ವ್ಯಕ್ತಿ ಸಂಬಂಧವಿಲ್ಲದ ಸಂಪರ್ಕವಾಗಿದೆ. ಅಂದರೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಕೇವಲ ಲಿಖಿತ, ಮೌಖಿಕ ಅಥವಾ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹೊರತು ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮೂಲಕ ಅಲ್ಲ.
* ಅದೊಂದು ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಂಪರ್ಕವಾಗಿದೆ. ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವ್ಯಕ್ತಿಗಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ.
* ಅದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರ ಖರೀದಿ ಮನೋವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಗೊಳಿಸಲು ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ'.[೧೦] ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

೨.೨.೩ ವ್ಯಾಪ್ತಿ : ಹೆಚ್ಚು ಪಾಲು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಹಾಗೂ ಉದ್ದೇಶಿಸಿದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕ್ರಮಬದ್ಧವಾಗಿ ವಿಷಯ ತಿಳಿಸುವುದು. ಅಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರಚೋದಿಸುವುದು ಪ್ರೇರೆಪಿಸುವ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಸಿದೆ. (ಇದರೊಂದಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಈ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

* 'ಮಾಧ್ಯಮದ ಆಯ್ಕೆ – Selection of media
* ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ – Communication with consumer
* ಮುದ್ರೆಯ ನಿಷ್ಠೆ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದು – Maintenance of brand loyalty
* ಹಂಚಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದಾಯಕ ಸಹಾಯ – Increasing support to dealers
* ಕಲ್ಪನೆ (ರೂಪ) ಯನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುವುದು (ಗೊತ್ತು ಮಾಡುವುದು)[೧೧] Projection of Image

ಸಮಕಾಲೀನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಸೀಮಾತೀತವಾಗಿಯೂ ವ್ಯಾಪಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು'.

---

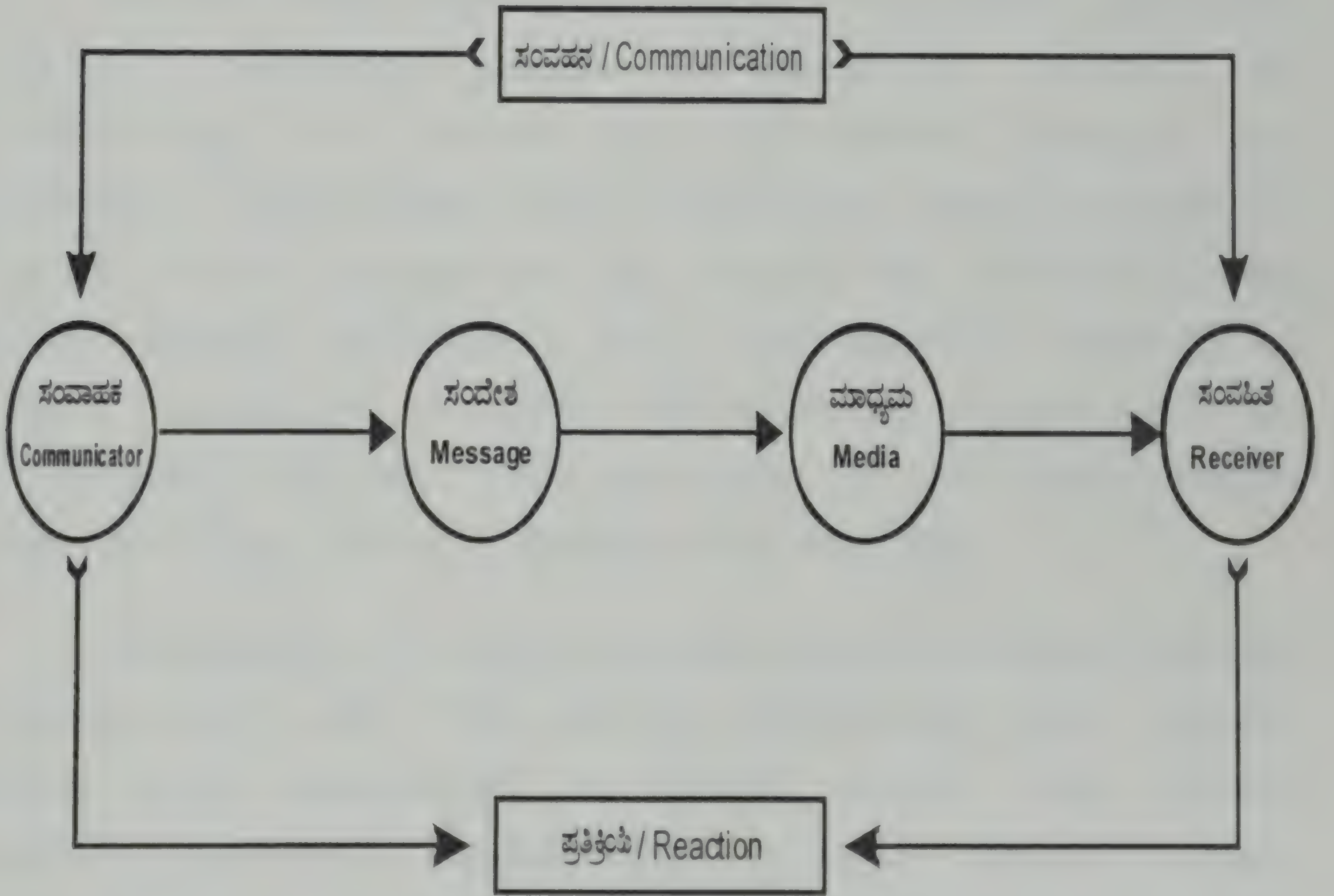
೧೦. ಬಿ.ಎಸ್. ರಾಮನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೩೬೭

೧೧. ಡಾ. ವರ್ಮ ಮತ್ತು ಡಾ. ಅಗರ್ವಾಲ್, ಅಡ್ವರ್ಟೈಜಿಂಗ್ ಮ್ಯನೆಜ್‌ಮೆಂಟ್, ಪುಟ: ೧.೧೨

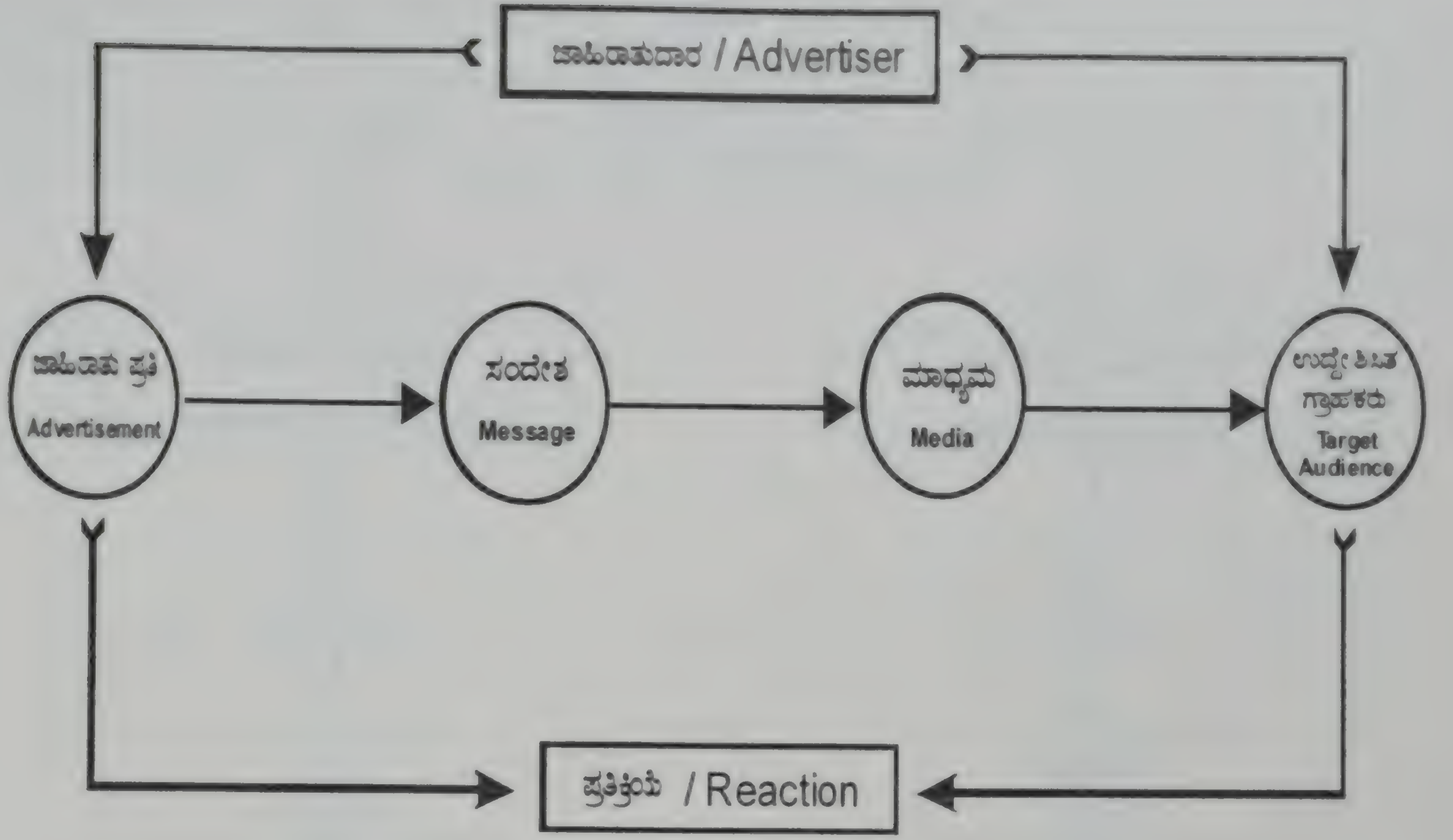
೨.೩ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನ ಸಾಮ್ಯತೆ-ವೈಸಾಮ್ಯತೆ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನವು [Advertising and Communication] ಸಮಾನವಾಗಿಯೇ ಚಲಿಸುತ್ತಲಿವೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ಉದ್ದೇಶವು ತನ್ನಲ್ಲಿರುವ ಸಂದೇಶವು ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ತಿಳಿಸುವುದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇವು ಸಂವಹನಿಸುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಒಂದೇಯಾಗಿವೆ. ದೃಶ್ಯ ಧ್ವನಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನವು ತನ್ನ ಸಂದೇಶವನ್ನು ರವಾನಿಸುತ್ತವೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ಮೂಲ ಸ್ವರೂಪ ಸಂವಹನವೇಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಜಾಹಿರಾತು ಎಂದರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಂವಹನ ಎನ್ನುವ ಅರ್ಥವು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. [Advertising is Marketing Communication] ಹೀಗಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನವು ಒಂದೇ ನಾಣ್ಯದ ಎರಡು ಮುಖಗಳೆಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಸಹ ಸಂಬಂಧವಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ಸಾಮ್ಯತೆ ವೈಸಾಮ್ಯತೆ ಹಾಗೂ ಸಂದೇಶ ರವಾನಿಸುವ ಕ್ರಮವನ್ನು ಈ ರೇಖಾ ಚಿತ್ರದ ಮೂಲಕ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿದು ಕೊಳ್ಳಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ ೦೧ ಸಂವಹನ ವಿಧಾನ

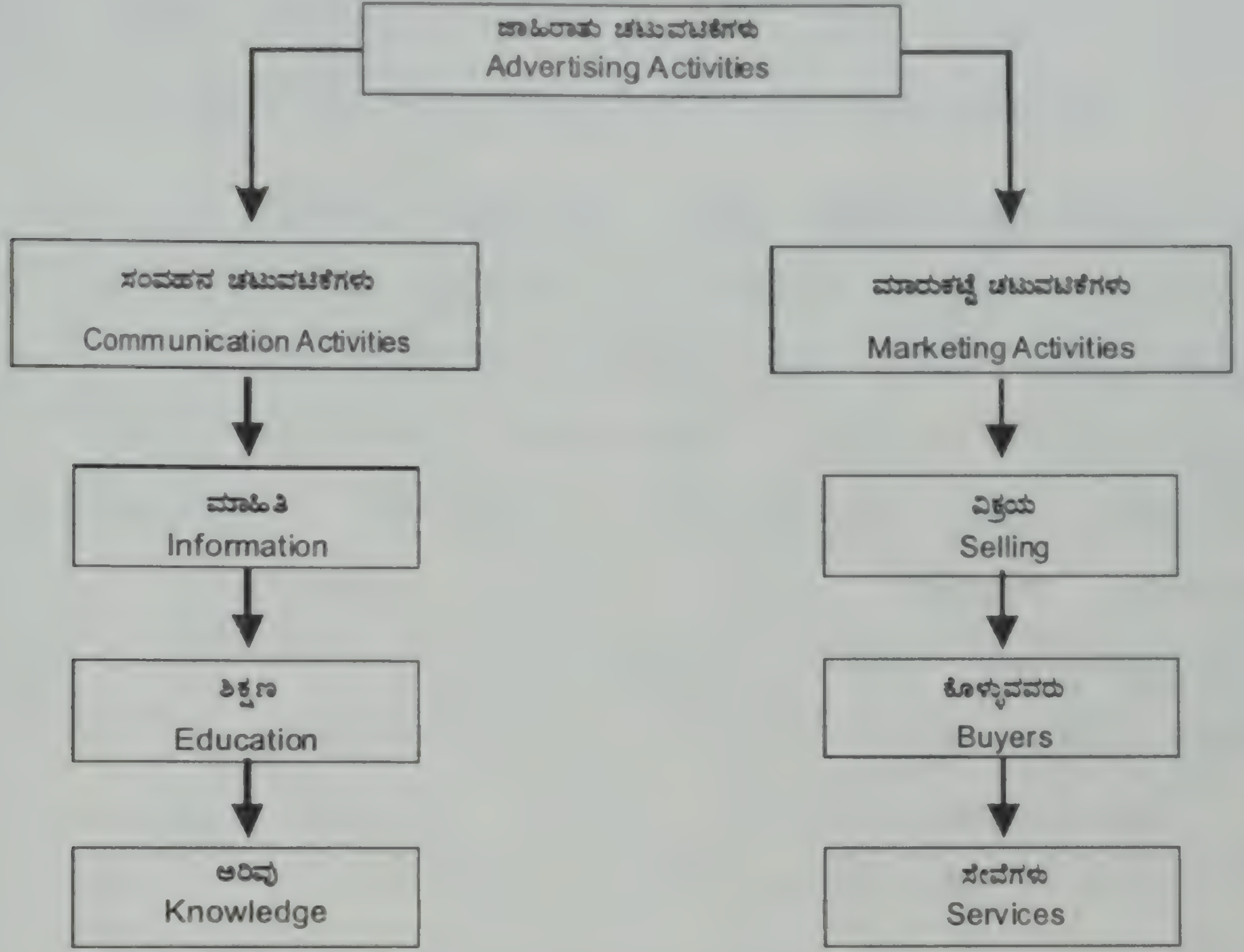


ಚಿತ್ರ ೦೨ ಜಾಹಿರಾತಿನ ವಿಧಾನ

ಜಾಹಿರಾತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಅದರ ಸಂದೇಶವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಿ, ಆ ಮೂಲಕ ಹಣ ಸಂಪಾದಿಸುವ ಗುರಿ ಹೊಂದಲಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಂಪೂರ್ಣ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಸಂವಹನವು ಈ ಆರ್ಥಿಕದ ಯಾವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿರುವದಿಲ್ಲ. ಮನುಷ್ಯನ ಉಗಮದೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯೂ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು. ಇದು ಮಾನವನ ಸಹಜ ಭಾವನೆಗಳು, ಕ್ರಿಯೆಗಳು, ಆಸೆಗಳು ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತೆ ಹೇಳುವ ಕಾರ್ಯಮಾಡುತ್ತದೆ, ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿದ್ದರು ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ, ಆದರೆ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿದ್ದರೆ ಈ ಕ್ರಿಯೆ ಉಂಟಾಗಲಾರದು. ಅದಕ್ಕೆ ಒಂದು ವರ್ಗದ ಜನರ ಗುಂಪು ಬೇಕೆ ಬೇಕು. ಹೀಗಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ವೈಸಾಮ್ಯತೆ/ ಭಿನ್ನತೆ ಕಾಣಬರುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನವು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಮಾರಾಟವಾಗಬೇಕಾದರೆ ಅದರ ವಸ್ತು ವಿಷಯವು [ಉತ್ಪನ್ನದ ಭೌತಿಕ, ಭೌದ್ಧಿಕ ಅಂಶಗಳು] ಜನಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿಯುವಂತೆ ಪ್ರಸಾರ/ ಪ್ರಕಟನೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕೆಲಸವನ್ನು ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು, ಸಂವಹನ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ತ್ರಿಕೋನ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಜನಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ತಲುಪುತ್ತಲ್ಲಿವೆ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನವು ಸಾಮ್ಯತೆಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ.

ಈ ರೇಖಾಚಿತ್ರದಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿದು ಕೊಳ್ಳಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ ೦೩ ಜಾಹಿರಾತು, ಸಂವಹನ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಧಾನ

ಹೀಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನ ಸಹ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿವೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಸಂವಹನದ ರೂಪವೇ ಆಗಿರುತ್ತವೆ. ಆದರೆ ಪ್ರತಿ ಸಂವಹನವು ಜಾಹಿರಾತಿನ ರೂಪವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

೨.೪ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆ

ಮೊಟ್ಟಮೊದಲನೇಯ ಬರಹದ ಪ್ರಚಾರವು ಎಂದು ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತೆಂಬುವದನ್ನು ಹೇಳಲು ಇನ್ನುವರೆಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಲ್ಲ. ಅದಾಗ್ಯೂ ಪ್ಯಾಪಿರಸ್ ಎಂಬ ಸಸ್ಯದ ಎಲೆಯಮೇಲೆ ಬರೆದಬರಹವೇ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಮೊದಲನೆಯ ಬರಹರೂಪದ ಜಾಹಿರಾತು ಎಂದು ಗುರ್ತಿಸಲಾಗಿದೆ. ರೋಮನ್ನರು ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಘೋಷಣೆಗಳನ್ನುಬರೆಯಲು ಗೋಡೆಯ ಮೇಲ್ಮೈಯನ್ನು ನಯನಗೊಳಿಸುವ

ಮತ್ತು ಬಣ್ಣವಸ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಅಧ್ಯಾಯನದಿಂದ ತಿಳಿದಬರುತ್ತದೆ. ಬರುಬರುತ್ತಾ ಇಂಥ ಪ್ರಯತ್ನಗಳ ಬದಲಾಗಿ ಸ್ಪಷ್ಟ ಚಿತ್ರ ಬರಹದ ಮುದ್ರಣಗಳನ್ನು ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಬರಲು ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು. ಇದಕ್ಕೆ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣವೆಂದರೆ ಜರ್ಮನಿನಲ್ಲಿ ಜೋಹಾನ್

ಗಟನಬರ್ಗನು ೧೪೪೦ ರಲ್ಲಿ ಚಲಿಸುವ ಮುದ್ರಣ ಯಂತ್ರದ ಸಂಶೋಧನೆಯೇ ಕಾರಣ. ಈ ಘಟನೆಯು ಮುದ್ರಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ದಿಶೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ದೊಡ್ಡ ಹೆಜ್ಜೆಯಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿತು. ಅಂದಿನಿಂದ ಮುದ್ರಣವು ಮಾಹಿತಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರದ ಗಟ್ಟಿ ತಳಹದಿಯಾಯಿತು.

೧೪೭೭ ರಲ್ಲಿ ವಿಲಿಯಂ ಕ್ಯಾಕ್ಸಟನ್ನನ್ನು ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ ಅಥವಾ ಕರಪತ್ರವು ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಪ್ರಪ್ರಥಮಬಾರಿಗೆ ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಗ್ರಮಾನ್ಯನಾದನು, ಅಂದಿನಿಂದ ಇಂದಿನ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದವರೆಗೂ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತು ಏಳಿಗೆಯನ್ನು ಹೊಂದುತ್ತಲಿದೆ. ಮುದ್ರಣ ಯಂತ್ರ-ಅವಿಷ್ಕಾರದಿಂದ ಜಾಹಿರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿಹೊಸ ಯುಗವೊಂದು ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹದಿನೈದನೆಯ ಶತಮಾನದಿಂದ ಮುದ್ರಣದ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ಕ್ರಮೇಣವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಕಂಡಿತ್ತು. 'ಜಾಹಿರಾತಿನ ನಿಜವಾದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯು ಹದಿನೆಂಟು ಮತ್ತು ಹತ್ತೊಂಭತ್ತನೆಯ ಶತಮಾನದ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕ್ರಾಂತಿಯ ನಂತರ ಉಂಟಾಯಿತು'[೧೨]. ಕಾರಣ 'ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಬೃಹತ ಪ್ರಮಾಣದ ವಿತರಣೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡಿತ್ತು'[೧೩]. ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯು 'ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಂಪರ್ಕ ಅಥವಾ ಪ್ರಚಾರದ ಅವಶ್ಯಕತೆಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡಿತು. ಹೀಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಮುಖವಾಯಿತು'[೧೪]. ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರದ ಅತಿ ಮುಖ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗಿ 'ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು' ರೂಪಗೊಂಡವು. ಇವುಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಿಂದ 'ಜಾಹಿರಾತು ನೀಡುವವರು ಹಾಗೂ ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವು. ಹತ್ತೊಂಭತ್ತನೆಯ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಮಹತ್ತರವಾದ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿದವು. ಇಪ್ಪತ್ತನೆಯ ಶತಮಾನದ ಆರಂಭವಾದಂದಿನಿಂದ ಜಾಹಿರಾತು ಅತ್ಯುನ್ನತವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿತು'.[೧೫] ಮೊದಲನೆಯ ಮತ್ತು ಎರಡನೆಯ ಜಾಗತಿಕ ಯುದ್ಧದ ನಂತರ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಂತಹ ಮುಂದುವರೆದ ಹಲವಾರು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಂದಕಾರಣ ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಅತ್ಯಂತ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬೆಳೆದುನಿಂತಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ತೊಂಭತ್ತರ ದಶಕದಿಂದ ಬಹಳ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಪಾಶ್ಚಿಮಾತ್ಯ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿ ನೋಡಿದರೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆ ನಿಧಾನವಾಗಿತ್ತು ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಯೇ ವಿಳಂಬಕ್ಕೆ ಹಲವಾರು ಕಾರಣಗಳು ನೀಡಬಹುದು ದೇಶದ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಹೋರಾಟ,

---

೧೨. ಬಿ.ಎಸ್. ರಾಮನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೩೬೫
೧೩. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೩೬೫
೧೪. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೩೬೫
೧೫. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೩೬೫

ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರು, ಬಡತನ, ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧನಗಳಕೊರತೆ, ಕೈಗಾರಿಕೋದ್ಯಮ, ಇವೇ ಮುಂತಾದ ಕಾರಣಗಳೆಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಆದರೆ ಇಂದು 'ತ್ರಿಕರಣ'; (ಜಾಗತೀಕರಣ, ಖಾಸಗೀಕರಣ, ಉದಾರಿಕರಣ) ಗಳಿಂದಾಗಿ ಭಾರತವು ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಶಕ್ತಿಯುತ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಮತ್ತು ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಉತ್ಪನ್ನವೂ ಜಾಗತೀಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಪ್ರಚಾರವು ಭಾರತವು ಒಳಗೊಂಡತ್ತೆ ವಿಶ್ವದಾದ್ಯಂತ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಲಿವೆ. ಇದು ಜಾಹಿರಾತಿನ ವೇಗದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಹಂತ-ಹಂತವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾ ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಬೃಹತ್ ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ರೂಪಗೊಂಡಿದೆ. ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವದ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಆಧಾರಸ್ತಂಭವಾದ 'ಪತ್ರಿಕೆಯ' ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿದೆ ಹಾಗೂ 'ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಆಧುನಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಪಂಚದ ಜೀವಾಳವಾಗಿದೆ'.[೧೬] ಅದರಿಂದಾಗಿ 'ಇಂದು ಕೈಗಾರಿಕಾ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಬಹುಮುಖ್ಯವಾದ ಸಾಧನ ಸಣ್ಣಸಣ್ಣ ವ್ಯಾಪಾರದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೂ ಕೂಡ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಅರಿತುಕೊಂಡಿವೆ.'[೧೭] ಸರ್ಕಾರ, ಸಂಘ-ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಗಳಿಂದ 'ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲು ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು.'[೧೮] ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಸಮಯದಿಂದ ಹಿಡಿದು ಇಲ್ಲಿವರೆಗೆ ಅದರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳ ರೀತಿಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿ ಹೊಸ ಹೊಸ ರೂಪಗಳಲ್ಲಿ ಇಂದು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದುತ್ತಲಿದೆ.

೨.೫ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ರೂಪರೇಷಗಳು [ಭೌದ್ಧಿಕ-ಭೌತಿಕ]

ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮವು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಮತ್ತು ಸಂಪ್ರದಾಯಕವಾದ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಪ್ರಕಾರಗಳುಂಟು. ಉದಾ: ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆಗಳು ಭಿತ್ತಿ ಪತ್ರಗಳು, ನೇರ ಅಂಚೆ ಜಾಹಿರಾತು [Direct mail Ad] ಹೋರ್ಡಿಂಗ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು, ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗುವುದು. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರತಿಯು ಅತ್ಯಂತ ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿ ಶ್ರೇಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಪ್ರದರ್ಶನ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು, ಆಗ ಮಾತ್ರ ಅದು ಭಾವೀ ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನವನ್ನು ತನ್ನತ್ತ ಸೆಳೆಯುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಅದು ಆಕರ್ಷಕವಾದ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮವಾದ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರತಿಯಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸಾಹಿತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಯಶಸ್ಸು ಬಹುಮಟ್ಟಿಗೆ ಈ ಪ್ರತಿಯತಯಾರಿಕೆನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಬಳಸುವ ಬಣ್ಣ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಸರಳತೆ, ಆಕರ್ಷಣೆ, ಸ್ಪಷ್ಟತೆ, ಇವುಗಳು ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ

---

೧೬. ನಾಡಿಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ, ಭಾರತೀಯ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಪುಟ: ೧೭೩
೧೭ - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೧೭೧
೧೮. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೧೭೩

ಪ್ರಕಟಣೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗುವ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯಲ್ಲಿ ಅತಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಮೂಲ ಅಂಗಗಳು ರಚನೆಯ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಒಂದು ಉತ್ತಮ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಮುಖ್ಯಾಂಶಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದು.

ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರತಿ ತಯಾರಿಸುವಾಗ ಮೊದಲು ಅದರ ಮೂಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರಿತುಕೊಂಡು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪ್ರತಿಯರಚನೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ (Elements of Layout) ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಲೇಔಟನ ಅಂಶಗಳು ಈ ಕೆಳಕಂಡ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

೧. ಶೀರ್ಷಿಕೆ Headline

೨. ದೃಶಿಕೆಗಳು Visuals/ Illustration

೩. ಉಪಶೀರ್ಷಿಕೆ Sub headline

೪. ಪಠ್ಯದ ಒಡಲು Body copy

೫. ಮುದ್ರೆಯಲಾಂಛನ Trade mark, Symbol

೬. ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು/ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹೆಸರು logo ಇತ್ಯಾದಿ.

ಆದರೆ ಇಂದು ಪ್ರಕಟನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಈ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಕೆಲವು ಅಂಗಗಳು [Elements] ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅದು ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಲನ ಮತ್ತು ರಚನೆಯ ವಿಧಾನದ ಮೇಲೆ ಕಲಾ ನಿರ್ದೇಶಕರು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತು ವಸ್ತುವಿನ ಜೀವನಚಕ್ರ [PLC] ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಆವರಣದ ಅಂಗಗಳು [Elments of layout] ಯಾವವು ಇರಬೇಕು ಮತ್ತು ಯಾವವು ಇರಬಾರದೆಂದು ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ನಿರ್ದೇಶಕರು ತೀರ್ಮಾನಿಸುತ್ತಾರೆ ವಿನ್ಯಾಸದ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದಲೂ ಕೆಲವು ಕೈ ಬಿಡಬಹುದು. ಅಥವಾ ಅಗತ್ಯತೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಂಗಗಳು ಸೇರಿಸಬಹುದು. ಇದು ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಕಲಾ ನಿರ್ದೇಶಕರ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ ಬಿಟ್ಟಿರುವ ಸಂಗತಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರತಿಯು ತಯಾರಿಸುವಾಗ ಮೊದಲು [ಭೌದ್ಧಿಕ] ಜಾಹಿರಾತಿನ U.S.P. (Unique Selling Point) ಸಿದ್ಧಗೊಂಡು, ಅದರ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಅಂಗಗಳು (Elements of Layout) ಮತ್ತು ರಚನೆಯ ರೂಪರೇಷಗಳು ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದಾದನಂತರ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿ ತಯಾರಿಕೆ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳು (Stages of press layout) ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತವೆ. ಗಣಕಯಂತ್ರ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತು (Print Advertisements) ಪ್ರತಿಯ ರಚನೆ ಹಂತಗಳು ನಾಲ್ಕು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹಂತಹಂತವಾಗಿ ಸಿದ್ಧಗೊಂಡು ಮುದ್ರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿತ್ತು. ೧. ಸ್ಕೆಚ್, ೨. ರಫ್ ಲೇಔಟ್. ೩. ಕಾಂಪ್ರಿಹೆನಸಿವ್ ಲೇಔಟ್. ೪. ಫೈನಲ್ ಲೇಔಟ್. ಹೀಗೆ ಹಂತ ಹಂತವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಕರಡು ಪ್ರತಿಯು

ರಚನೆಗೊಂಡು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಕಟಣೆಗೊಳ್ಳುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಕಂಪ್ಯೂಟರ ಬಂದ ನಂತರ ಈ ವಿಧಾನವು ನಿಂತು ಹೋಗಿದೆ ರಚನೆಯ ವಿಧಾನ ಬದಲಾವಣೆಯಾಗಿ ಕಂಡು ಬಂದರು ಲೇಔಟಿನ ಅಂಗಗಳಲ್ಲಿ, (Elements of Layout) ಮತ್ತು ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಮುಖ್ಯಾಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಬದಲಾವಣೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿಲ್ಲ.

'ಒಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯು ಭಾವೀ ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯಬೇಕು, ಜಾಹೀರಾತುಗೊಳಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೇಲೆ ಅವರಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸಿ ಉಳಿಸಬೇಕು'.[೧೯] ಎಂಬ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯು 'AIDA ಅಥವಾ LLLB'[೨೦] ಸೂತ್ರವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಇದು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಸೂತ್ರವೂ ಹೌದು. ಆಕರ್ಷಣೆ, ಆಸಕ್ತಿ, ಬಯಕೆ, ಕ್ರಿಯೆ, [Attention, Interest, Desire, Action] ಅಥವಾ ಕೆಲವರು ಇದರ ಕಾರ್ಯವು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ ನೋಡು, ಇಷ್ಟಪಡು, ಕಲಿಯುವುದು ಮತ್ತು ಕೊಳ್ಳುವುದು [Look, Like, Learn and Buy] ಅಂದರೆ ಒಂದು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರತಿಯು ನೋಡಿದ ಕ್ಷಣ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಈ ಮೇಲಿನ AIDA ಅಥವಾ LLLB ಭಾವನೆ ಹುಟ್ಟಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯು ತಯಾರಿಕೆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಜ್ಞರು, ಕಲಾವಿದರು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಅಂಶಗಳು ಬಹಳ ಅವಶ್ಯಕವಾಗಿರಬೇಕಾಗುತ್ತವೆ. ಇವುಗಳೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಮುಖ್ಯಾಂಶಗಳು ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

೧. '**ಗಮನ ಸೆಳೆಯುವ ಮೌಲ್ಯ** : ಅದು ಭಾವೀ ಖರೀದಿಗಾರರ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆದು ಜಾಹಿರಾತು ಸಂದೇಶವನ್ನು ಓದುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕು.
೨. **ಸೂಚನಾ ಮೌಲ್ಯ** : ಅದು ಭಾವೀ ಖರೀದಿಗಾರರಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗೊಳಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುವಂತಿರಬೇಕು.
೩. **ಮನವರಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯ** : ಅದು ಭಾವೀ ಖರೀದಿಗಾರರಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗೊಳಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಶ್ರೇಷ್ಠತೆಯನ್ನು ಮನವರಿಕೆ ಮಾಡುವಂತೆ ಇರಬೇಕು.
೪. **ಜ್ಞಾಪಕ ಮೌಲ್ಯ** : ಅದು ಓದುಗಾರರಲ್ಲಿ ದೀರ್ಘವಾದ ಅವಧಿಯ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರಬೇಕು.
೫. **ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯ** : ಅದು ಯಾರಿಗಾಗಿ ಇದೆಯೋ ಆ ಜನರ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ಗೌರವಿಸಬೇಕು. ಇದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಶಿಕ್ಷಿತ ಮತ್ತು ಸುಸಂಸ್ಕೃತ ಜನರಿಗಾಗಿದ್ದಾಗ ಅವಶ್ಯವಾಗಿದೆ.

---

೧೯. ಬಿ.ಎಸ್. ರಾಮನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೪೦೦.
೨೦. ಎಂ.ಎಸ್. ರಾಮಸ್ವಾಮಿ. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸೆಲ್ಸ್‌ಮ್ಯಾನಶಿಪ್ ಆಂಡ್ ಅಡ್ವರ್ಟೈಜಿಂಗ್, ಪುಟ: ೩೪೨

೬. **ಅಂತಃಸ್ಫೂರ್ತಿ ಮೌಲ್ಯ** : ಅದು ಭಾವೀ ಗ್ರಾಹಕನ ಅಂತಃಸ್ಫೂರ್ತಿಗಳಾದ ಹೆಮ್ಮೆ, ಸೌಂದರ್ಯ, ಆರೋಗ್ಯ, ಆರ್ಥಿಕತೆ, ಭಯ, ದೇಶಭಕ್ತಿ, ಸುರಕ್ಷತೆ, ಸೌಕರ್ಯ, ವಾತ್ಸಲ್ಯ ಅಥವಾ ಪ್ರೀತಿ, ಶ್ರೇಷ್ಠತೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಸಂತೋಷಪಡಿಸಿ ಜಾಹಿರಾತುಗೊಳಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಲ್ಲಿ ಆತನ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನುಹುಟ್ಟಿಸಿ ಅದನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕು.

೭. **ಶಿಕ್ಷಣ ಮೌಲ್ಯ** : ಅದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗೊಳಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.

೮. **ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ** : ಅದು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರಬೇಕು. ಇನ್ನೊಂದು ಮಾತಿನಲ್ಲಿ ಅದು ದಾರಿ ತಪ್ಪಿಸುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಾರದು.

೯. **ಸರಳತೆ** : ಅದು ಸರಳವಾಗಿರಬೇಕು. ಇನ್ನೊಂದು ಮಾತಿನಲ್ಲಿ ಅದು ಹೆಚ್ಚು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ಕೆಲವೇ ಪದಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು'.[೨೧] ಈ ಅಂಶಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ ವಿವರಣೆ ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದು.

ಹೀಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಅಂಗಗಳು, (Elements of Layout) ರಚನೆ ಹಂತಗಳು (Stage of Design) ಮತ್ತು ಅದರಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕಾದ ಉತ್ತಮ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿಯ ರೂಪರೇಶ ಹಾಕಿಕೊಂಡು ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಹೋರ್ಡಿಂಗ್, ನೇರ ಅಂಚೆ, ಇತ್ಯಾದಿ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವಾ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸಂದೇಶವು ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಧಾರ್ಮಿಕ, ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ರಾಜಕೀಯ, ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಗೀತ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದನ್ನು ಇಂದು ನಾವು ಕಾಣಬಹುದು ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಅದರ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಯನ್ನು ವೈಭವವನ್ನು ಹೇಗೆ ತೋರಿಸುತ್ತಿದೆ / ತೋರಿಸಿದೆ. ಎನ್ನುವದು ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಯಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು.

ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಚಯ : ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಂಪರೆಯು ಭಾರತದಲ್ಲಿಯಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿಯೇ ಶ್ರೇಷ್ಟ ಮತ್ತು ವೈವಿಧ್ಯಮಯದಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ಭಾರತ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಒಂದು ಸ್ವತಂತ್ರ ರಾಜ್ಯ 'ಭಾರತದ ಒಂದು ಅಂಗವಾದರೂ ಕರ್ನಾಟಕದ ಹಿರಿಮೆ ಗರಿಮೆ ಬಹು ಎತ್ತರವಾಗಿದೆ, ಬಿತ್ತರವಾಗಿದೆ, ಭಾರತದೊಳಗಿನ ಅನೇಕ ರಾಜ್ಯಗಳು ಒಂದೆರಡರಲ್ಲಿ ಪರಿಣಿತಿ ಪಡೆದರೆ, ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ವದರಿಂದಲೂ ಪ್ರಸಿದ್ಧಿ ಪಡೆದಿದೆ, ಪ್ರಕೃತಿ ಮಾತೆಯು ಉದಾರವಾಗಿ ಎಲ್ಲ ಸಂಪತ್ತನ್ನು ಈ ಪ್ರಾಂತ್ಯಕ್ಕೆ ಕೊಟ್ಟಿದ್ದಾಳೆ, ಹಳ್ಳ-ಹೊಳೆ-ಸರೋವರ-

---

೨೧. ಬಿ.ಎಸ್. ರಾಮನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಪುಟ: ೪೦೧-೪೦೨.

ಸಾಗರಗಳಿಂದ, ಜಲ–ನೆಲೆ–ಫಲ–ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿವೆ. ಕಾಡಾರಣ್ಯಗಳು–ಖಗ–ಮೃಗಗಳಿಂದ ಕಂಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ, ಖನಿಜ ಸಂಪತ್ತು ಅಪಾರವಾಗಿದೆ, ಇಲ್ಲಿಯ ಹವಾಮಾನ ಜನಜೀವನ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿದೆ. ಜನರು ಸರಳ ಸ್ವಭಾವದವರೂ ಶೂರರೂ, ಸಂಪನ್ನರೂ, ವಿದ್ಯಾವಂತರೂ ವಿನಯಶೀಲರೂ, ಶ್ರೀಮಂತರೂ ಆಗಿದ್ದಾರೆ'[೨೨] ಹೀಗೆ ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ ಸಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪ್ರದೇಶವಾಗಿದೆ.

ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕವು ಭಾರತ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಪರಂಪರೆಯ ತವರೂರು, ಭಾರತದ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿರುವ ಕರ್ನಾಟಕವು ಪ್ರಾಗೈತಿಹಾಸಿಕ ಕಾಲದಿಂದ ಇಂದಿನವರೆಗೆ ಭಾರತ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದು ಅವಿಸ್ಮರಣೀಯವಾಗಿದೆ ಭಾರತದ ಚರಿತ್ರೆಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕವು ವಹಿಸಿದ ಪಾತ್ರ ಮಹತ್ತರವಾಗಿದೆ. ಪೌರಾಣಿಕ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಗೈತಿಹಾಸಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಕರ್ನಾಟಕವು ಇತರ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೊಂದಿಗೆ ಇರುವ ಸುಮಧುರ ಸಂಬಂಧ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಕಾವೇರಿ, ತುಂಗಭದ್ರಾ ಮತ್ತು ಕೃಷ್ಣಾನದಿಗಳ ಬಯಲುಗಳಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಪ್ರಾಗೈತಿಹಾಸಿಕ ಕಾಲದ ಪಳೆಯುಳಿವಿಕೆಯ ಕುರುಹುಗಳು ಕಂಡು ಬಂದಿವೆ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ 'ಕರ್ನಾಟಕವು ತನ್ನ ಆಳವಾದ ಬೇರುಗಳನ್ನು 'ಮಾರ್ಗ'ದಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿದೆ. ಅದೇ ಪ್ರಕಾರ ವಿಶಾಲವಾದ ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಕರ್ನಾಟಕವು ತನ್ನ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ 'ದೇಶ್ಯ' ಗುಣವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದೆ. ಇದನ್ನು ನಾವು ಸಮನ್ವಯವೆಂದು ಕರೆಯಬಹುದು; ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಂಶವೂ ತನ್ನ ತನ್ನ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು ಸಮಗ್ರ ಜೀವನದ ಸಾಮರಸ್ಯವುಳ್ಳದ್ದಾಗಿರುವ ಈ ಪ್ರಕಾರದ ಸಮನ್ವಯ ಗುಣವೇ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮುಖ್ಯ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ'.[೨೩] ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು ಒಂದು ನಾಡಿನ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ತಿಳಿಯಬೇಕಾದರೆ ಆ ನಾಡಿನಲ್ಲಿನ ಜನಜೀವನ ಉದ್ಯೋಗ, ವಿಕಾಸ, ಶಿಕ್ಷಣ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಕಲೆ ಆಚಾರ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೂ ಜೀವನದ, ಸಮಾಜದ ದೇಶದ ಭದ್ರ ಬುನಾದಿ ಎನ್ನುವುದು ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ, ಇಂದಿನ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಭದ್ರವಾಗಿದೆ, ಎಂದರೆ ಅದಕ್ಕೆ ಹಿಂದಿನ ರಾಜ ಮಹಾರಾಜ ಅರಸರು ಹಾಕಿಕೊಟ್ಟ ಭದ್ರ ಬುನಾದಿಯೇ ಕಾರಣ.

ಕರ್ನಾಟಕವು ಕದಂಬ, ಗಂಗ, ಚಾಲುಕ್ಯ, ರಾಷ್ಟ್ರಕೂಟ, ಹೊಯ್ಸಳ, ವಿಜಯನಗರ, ಬಹುಮನಿ, ಆದಿಲ್‌ಶಾಹೀ, ಬರೀದ್‌ಶಾಹೀ ಒಡೆಯರು ಮುಂತಾದ ಹೆಸರಾಂತ ರಾಜವಂಶರ ತವರೂರಾಗಿದೆ. ಈ ವಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಅವತರಿಸಿದವರು ಕೆಚ್ಚೆದೆಯ ಕಲಿಗಳು, ಸಾಹಸಿಗರು, ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯ ನಿರ್ಮಾಪಕರು, ದಕ್ಷ ಆಡಳಿತಗಾರರು, ಸರ್ವಧರ್ಮ ಸಹಿಷ್ಣುಗಳು, ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಗೀತ,

---

೨೨. ಶ್ರೀಮತಿ ಶಿವಲಿಂಗಮ್ಮ ಕಟ್ಟಿ, ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ವೀರಶೈವರ ಕೊಡಗೆ, ಪುಟ: ೪
೨೩. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಗ್ಯಾಸೆಟಿಯರ್ – ಭಾಗ ಮೂರು ೧೯೮೭ ಪುಟ: ೨೫೮.

ಲಲಿತಕಲೆಗಳ ಮಹಾಪೋಷಕರು ಮತ್ತು ಪ್ರಜಾಹಿತಚಿಂತಕರಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಘನತೆ, ಗೌರವಗಳನ್ನು ಭಾರತದ ಉದ್ದಗಲಕ್ಕೂ ಹರಡಿದವರು, ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಪ್ರೇಮಿಗಳು ದೇಶಭಕ್ತಹುತಾತ್ಮರಿಗೆ ಜನ್ಮವಿತ್ತ ವೀರಭೂಮಿ ಕರ್ನಾಟಕ, ಕರ್ನಾಟಕವು ಕೇವಲ ವೀರಾಗ್ರಣಿಗಳ ಹೋರಾಟದ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಅದು ಭವ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸಂಗಮವಾಗಿತ್ತು. ಪಂಪ, ಪೊನ್ನ, ರನ್ನ, ಜನ್ನ, ಹರಿಹರ, ರಾಘವಾಂಕ, ಕುಮಾರವ್ಯಾಸ ಸರ್ವಜ್ಞರಂತಹ ಕವಿಗಳನ್ನು; ಮದ್ವಾಚಾರ್ಯ, ಅಲ್ಲಮ, ಬಸವ, ಅಕ್ಕಮಹಾದೇವಿ ಯರಂತಹ ಮಹಾನ್ ಮಾನವತಾವಾದಿಗಳನ್ನು; ಕನಕ ಪುರಂದರರಂತಹ ದಾಸ ಶ್ರೇಷ್ಠರನ್ನು; ಶ್ರೇಷ್ಠ ಶಿಲ್ಪಿಗಳನ್ನು; ಸಂಗೀತ ನೃತ್ಯ ಜನಪದ ಕಲಾವಿದರನ್ನು; ಪಡೆದ ಕರ್ನಾಟಕ ಧನ್ಯ! ಹೀಗೆ ಕರ್ನಾಟಕವು ವಿರಾಗ್ರಣಿಗಳ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯ, ನಿರ್ಮಾಪಕರ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪೋಷಕರು, ಧರ್ಮಸುಧಾರಕರ, ರಾಷ್ಟ್ರಭಕ್ತರ, ಕವಿಚಕ್ರವರ್ತಿಗಳ, ಸಂಶೋಧಕರ, ಸಂತರ ಆದರ್ಶವಾದಿಗಳ ನೇಲೆಬೀಡಾಗಿ ಭಾರತದ ಸಮಗ್ರ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ವಿಕಸನದಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಸ್ಥಾನ ಪಡೆದಿದೆ.

ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಜನಿಸಿದ ರಾಜಮಹಾರಾಜರು, ಸಾಧುಸಂತರು, ದಾನಿಗಳು, ದಾಸರು, ದಾರ್ಶನಿಕರು, ಶರಣಶರಣೆಯರು, ಸಾಹಿತಿಗಳು, ಕವಿಗಳು ಕಲಾವಿದರು ಮೊದಲಾದವರು ತಮ್ಮ ಜೀವನವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಸಫಲಗೊಳಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ, ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಜನಾಂಗಕ್ಕೆ ದಾರಿದೀಪವಾಗಿದ್ದಾರೆ, ಹೀಗೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಭವ್ಯ ಪರಂಪರೆ ಹೊಂದಿದೆ, ಇಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪರಿಸರ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಕಲೆ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಲಲಿತಕಲೆ, ಮತ್ತು ಅದರ ವೈಶಿಷ್ಟತೆಯಲ್ಲಿ ಅಪೂರ್ವಾನುಭಾವವಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶನಕಲೆ, ಸುಗ್ಗಿಕುಣಿತ, ವೀರಗಾಸೆ, ಕೋಲಾಟ, ಗೊರವರ ಕುಣಿತ, ಚೌಡಿಕೆ, ವೀರಗಾಸೆ, ಬುಡಕಟ್ಟು, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅನೇಕ ಆಚರಣೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣರ ಜನಪದಕಲೆ, ರಂಗೋಲಿ, ಹಚ್ಚೆ ಕಲೆ ಸೀಗಿ ಕಲೆ, ಕಸುತಿ ಕಲೆ, ಕರಕುಶಲ ಕಲೆ ಮತ್ತು ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಗೀತ, ನಾಟಕ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ, ಮೂರ್ತಿಶಿಲ್ಪ, ಚಿತ್ರಕಲೆ,ಈ ಎಲ್ಲ ಕಲೆಗಳ ತವರೂರು ಕರ್ನಾಟಕವಾಗಿದೆ, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮಹಾನ್ ನಾಯಕರು ದಿಗ್ಗಜರು ರೂಪಗೊಂಡು ನಾಡಿನ ಹಿರಿಮೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಇಂತಹ ವೈಭವದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಹೊಂದಿದ ಕರ್ನಾಟಕ 'ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಕೇವಲ ಅನೇಕ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೊತ್ತ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ. ಅದೊಂದು ಜೀವನಕ್ರಮ ಎಂದೂ ಆಗುತ್ತದೆ'.[೨೪]

ಆದಿಯಿಂದ ಆಧುನಿಕತೆವರೆಗೆ ಅನೇಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ನೆರಳುಕಂಡಿರುವ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಇಂದು ಆಧುನಿಕತೆ ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. 'ಮುಂದುವರಿದ ನಾಗರೀಕತೆಯ ಒಂದು ಹಂತವೇ ಸಂಸ್ಕೃತಿ'[೨೫] ಎನ್ನಲಾಗಿದೆ, ಜಗತ್ತಿನ 'ಸಾಫ್ಟವೇರ್' ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕೊಡುಗೆ ಅದ್ಬುತ. ಉದ್ಯೋಗ, ರಾಜಕೀಯ, ವೈಜ್ಞಾನಿಕ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ರಂಗಗಳಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ

೨೪. ಡಾ. ನಂ. ತಪಸ್ವೀಕುಮಾರ್, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ವಿಕಾಸ, ಪುಟ: ೩೫.

ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿರುವ ಮುಂದುವರೆದ ರಾಜ್ಯವಾಗಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಅದರಲ್ಲಿಯೂ ಲಲಿತಕಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕರ್ನಾಟಕ ಕಲೆಗಳ ತವರೂರು, ಕಲೆಗಳ ಪ್ರಯೋಗಾಲಯ ಎಂದೇ ಹೇಳಬಹುದು, ಕಲೆಗೆ ಕುರಿತಂತೆ ಅನೇಕ ಹೊಸ ಹೊಸ ಪ್ರಯೋಗಗಳು ಈ ನಾಡಿನಲ್ಲಿ ನಡೆದಿವೆ/ ನಡೆಯುತ್ತಲಿವೆ, 'ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಜನಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿಯೂ ಅದರದೇ ಆದಂತಹ ಒಂದು ಸಂಸ್ಕೃತಿ-ಮೊತ್ತ, ಜೀವನವಿಧಾನ ಇರುತ್ತದೆ, ಆ ಜೀವನ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಹಲವಾರು ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ತಲೆದೂರುತ್ತಿವೆ. ಯಾವುದೊಂದು ಬದಲಾಣೆಗೂ ಒಳಗಾಗದೆಯೇ ಮೂಲ ಸ್ವರೂಪದಲ್ಲಿಯೇ ಮುಂದುವರಿದು ಬಂದಂತಹ ಮಾನವ ಸಮಾಜ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಿಯೂ ಇಲ್ಲ; ಹಿಂದೆ ಅಂಥದೊಂದು ಇರಲಿಲ್ಲ'[೨೬] ಹೀಗಾಗಿ ಇಲ್ಲಿನಕಲೆ ವೃತ್ತಿಮೂಲ ಕಲೆಯಾಗಿ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೂಲಕಲೆಯಾಗಿ, ಜೀವನದ ಕಲೆಯಾಗಿ ಇಲ್ಲಿಯ ಜನರ ಉಸಿರಾಗಿದೆ ಇಂತಹ ಕಲೆಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿ ವೈಭವವನ್ನು ಅದರ ನೆಲೆ-ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ಈ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೂಲದ ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆಗಳು ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಶೋಧಿಸುವಕಾರ್ಯ ಇಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

'ಕಲೆಗಾಗಿ ಕಲೆ' ಎಂಬುದನ್ನು ಭಾರತ ಖಂಡ ಒಪ್ಪಲಿಲ್ಲ, ಜೀವನಕ್ಕಾಗಿ ಕಲೆ ಎಂಬುದೇ ಅದರ ಸೂತ್ರವಾಯಿತು'.[೨೭] ಈ ಕಲೆಯ ಕುರಿತು ಎರಡು ಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ ಅದರ ಅರ್ಥ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ವಿದ್ವಾಂಸರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಕುಶಲಕಲೆ ಮತ್ತು ಉಪಯುಕ್ತ ಕಲೆಗಳು ಜನಜೀವನದ ಅನಿವಾರ್ಯವಾದ ಅಂಗಗಳಾಗಿ ಬೆಳೆದು ಬಂದಿವೆ, ಅಂತಹ ಉಪಯುಕ್ತ ಕಲೆಗಳಲ್ಲೊಂದಾದ ವಾಣಿಜ್ಯ ಕಲೆ (ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ) ಕುರಿತು ಮತ್ತು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಅಂದರೆ ನಮ್ಮ ಪ್ರಾಚೀನ, ಗ್ರಾಮೀಣ, ದೇಶಿಯ, ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳು, ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಬದುಕಿನ ವಿಧಾನ, ಉಡುಗೆ-ತೊಡುಗೆಗಳು, ಆಚಾರ-ವಿಚಾರಗಳು, ಈ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲಿವೆ. ಸಮಾಜವು ನಂಬಿರುವ ಮತ್ತು ನಂಬುತ್ತಿರುವ ವಸ್ತು ವಿಷಯ ಶೈಲಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲಿವೆ, ಒಂದು ರೀತಿಯಿಂದ ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಚಯವನ್ನು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಆಧುನಿಕ ಯುವ ಜನತೆಗೆ ತೋರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅವರಲ್ಲಿ ಕುತೂಹಲ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲ್ಲಿಕ್ಕೆ (ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಲ್ಲಿಕ್ಕೆ) ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುತ್ತಲಿವೆ ಅಂತಹ ವಿಧಾನದ ಅನೇಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ. ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು ಹಾಗೂ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಕರ್ನಾಟಕದ ಹಬ್ಬ ಉತ್ಸವಗಳು, ಜಾತ್ರೆ, ಜಾನಪದ ಕಲೆ, ಸಂಗೀತ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಧಾರ್ಮಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಪೌರಾಣಿಕ,

---

೨೫. ಡಾ. ನಂ. ತಪಸ್ವೀಕುಮಾರ್, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ವಿಕಾಸ, ಪುಟ: ೭೯.
೨೬. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೭೪.
೨೭. ಡಾ. ಎಚ್.ತಿಪ್ಪೆರುದ್ರಸ್ವಾಮಿ, ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಸಮೀಕ್ಷೆ, ಪುಟ: ೭೧.

ರಾಜಕೀಯ, ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ, ನಂಬಿಕೆ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಜಗತ್ತು ತನ್ನ ಮಾರಾಟದ ವಸ್ತು (Product) ಒಂದರ ಮತ್ತು ಸೇವಾ (Service) ಪ್ರಚಾರಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ, ಹಾಗೂ ಈ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳ ಕುರಿತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ವಿವರಣೆ ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಯಗಳಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದು.

***



ಅಧ್ಯಾಯ: ಮೂರು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಧಾರ್ಮಿಕ ಅಂಶಗಳು

ಮಾನವನ ನಂಬಿಕೆ, ನಡೆ, ನುಡಿ, ಆಚಾರ-ವಿಚಾರಗಳು, ಸಂಪ್ರದಾಯ ಸಂತೋಷ, ಹಬ್ಬ, ಉತ್ಸವ ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳು ಆಧುನಿಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲಿವೆ. ಜೀವನ ಆಧುನೀಕರಣಗೊಂಡಂತೆ ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿಯೂ ಆಧುನಿಕತೆ ಹೇಗೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಪೂಜೆ, ಆಚಾರ, ಸಂಪ್ರದಾಯ ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾನವನ ಜೊತೆ ಜೊತೆಗೆ ಅವು ಆಧುನಿಕತೆಗೆ ಹೇಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಿವೆ. ಆದರೂ ನಮ್ಮ ಮೂಲ ಕಲ್ಪನೆ ನಂಬಿಕೆಗೆ ಯಾವುದೇ ತೊಡಕಾಗದ ಹಾಗೇ ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಅವುಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲಿವೆ. ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಪರಿಚಯಿಸುವ ಕಾರ್ಯವು ಹೇಗೆ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಾಚೀನತೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ದೇಶೀಯ ಹಬ್ಬಗಳು, ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳು, ಉಡುಗೆ ತೊಡುಗೆಗಳು, ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಗೀತ, ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ ಎಂದು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು.

ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸೀಮೆಂಟ್ ಇದು ವ್ಯಾಪಕ ಸಂಶೋಧನೆಯಿಂದ ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾದ ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ೧೯೩೬ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿತವಾದ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಕರ್ನಾಟಕದ ಗುಲಬರ್ಗಾ ಜಿಲ್ಲೆಯ 'ವಾಡಿ'ಯಲ್ಲಿಯೂ ತನ್ನ ಶಾಖೆ ಹೊಂದಿದೆ. ದೇಶಾದಾದ್ಯಂತ ೧೨ ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಶಾಖೆ ಹೊಂದಿರುವ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟ್ ಎಂಟು ನಮೂನೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸೀಮೆಂಟ್ ಉತ್ಪಾದಿ-ಸುತ್ತಲಿದೆ. ದೇಶದಲ್ಲಿ ೫೪ ಸೀಮೆಂಟ್ ಕಂಪನಿಗಳಿದ್ದರೂ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಬ್ರ್ಯಾಂಡಿನ ಸೀಮೆಂಟ್ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ದೇಶದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೊಂದಿ, ಮಾರಾಟ-ವಾಗುತ್ತಿರುವ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟ್ ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ತಯಾರಿಕಾ ಘಟಕದಲ್ಲಿ ತಯಾರಿಸಿದ ಶ್ರೇಷ್ಠ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸಿಮೆಂಟ್ ಆಗಿದೆ. ಕಳೆದ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಂದ ಭಾರತದಲ್ಲಿ 'ಸೂಪರ್ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್' ಅವಾರ್ಡ್ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ ಎಂದರೆ ಆ

ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಅದರ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಪ್ರಚಾರವೇ ಹಿಡಿದ ಕನ್ನಡಿಯಾಗಿದೆ. ಇಂಥ ಉತ್ಪನ್ನವು ಭಾರತದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಛಾಯೆ ಮೂಡಿಸಿದೆ ಎಂದರೆ ಅದಕ್ಕೆ ಅದರ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರ ಕಾರ್ಯಗಳು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿವೆ. ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟ್ ತನ್ನ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಸ್ಕೃತಿ (ಭಾರತದ ಸಂಸ್ಕೃತಿ) ಇಲ್ಲಿನ ಜನರ ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳನ್ನು, ನಂಬಿಕೆಗಳನ್ನು, ಹಬ್ಬಗಳನ್ನು, ಪೂಜಾ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ತನ್ನ ಮಾರಾಟದ ಸಂದೇಶವನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಜನರ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಇಂದಿನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ವಿಜ್ಞಾನ, ಆಧುನಿಕ ಕಾಲದ, ಯುವ ಜನತೆಗೆ ಪರಿಚಯಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಿರುವುದು ಈ ಮುಂದಿನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನೋಡಿದಾಗ ಅನುಭವ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ.



ಚಿತ್ರ ೧: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ನಮ್ಮ ನಂಬಿಕೆಯ (ಸಂಸ್ಕೃತಿ) ಪ್ರತೀಕವಾಗಿದ್ದು, ನಮ್ಮ ಆಚಾರ, ವಿಚಾರ, ನಡೆ-ನುಡಿ ಹಬ್ಬ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ದೃಶ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ದೇಶೀಯ ನಂಬಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಕೆಟ್ಟ ದೃಷ್ಟಿ ಬೀಳಬಾರದೆಂದು ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಚರಿಸುವ ಒಂದು ಪದ್ಧತಿ, ಅಂಥ ಪದ್ಧತಿಯೊಂದು ಜಾಹಿರಾತುದಾರ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವೊಂದರ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರ ಮನೆಗೂ ಯಾವುದೇ ಕೆಟ್ಟ ದೃಷ್ಟಿ ಬೀಳಬಾರದೆಂದು ಸಾಂಕೇತಿಕವಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿದ್ದಾನೆ. ಮನೆ ಕಟ್ಟಲು ಬೇಕಾದ ಶಕ್ತಿಶಾಲಿ ಸಿಮೆಂಟ್ ಹಾಗೂ ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಹಾಗೂ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಲ ಬಾಳಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ್ದು ಅಲ್ಲದೇ ಅತ್ಯಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದ ಆಧುನಿಕ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟ್ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಾಪಿಮ್ಯೇಟರ್‌ನಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಭವ್ಯವಾದ ಬೃಹತ್ ಬಂಗಲೆಗಳಿಗೆ, ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾದ ರಸ್ತೆಗಳಿಗೆ ಆಣೆಕಟ್ಟೆಗೆ ಸೇತುವೆಗೆ ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಕಟ್ಟಡಗಳಿಗೆ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಡಬಲ್ ಸುರಕ್ಷೆ, ಡಬಲ್ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಡಬಲ್ ಬಾಳಿಕೆಯ ಪ್ರತೀಕ ಎಂದು ಮತ್ತು ಇದೊಂದು ಕರ್ನಾಟಕದ ಹಿರಿಮೆ ಎಂಬುವುದು ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ತೇವ ತಡೆಗಟ್ಟುವ ಶಕ್ತಿಉಳ್ಳ, ಬಿರುಕು ಹಾಗೂ ಇತರೇ ರಂದ್ರಗಳನ್ನು ಇತ್ಯಾದಿ ದೋಷಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿ ಇಡೀ ಕಟ್ಟಡಕ್ಕೆ ಇದು ಶ್ರೀರಕ್ಷೆಯನ್ನು ನೀಡಬಲ್ಲದೆಂದು ಹಾಗೂ ಕೆಟ್ಟ ದೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸುವುದು ಎಂದು ಮತ್ತು ಜನರ ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನಂಬಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಒಂದಾದ ವಿಧಾನವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಜನರ ನಂಬಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಎಂದು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೨: ಅದೇ ರೀತಿ ಮತ್ತೊಂದು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ತಿಳಿದುಬರುವುದೇನೆಂದರೆ ನಮ್ಮ



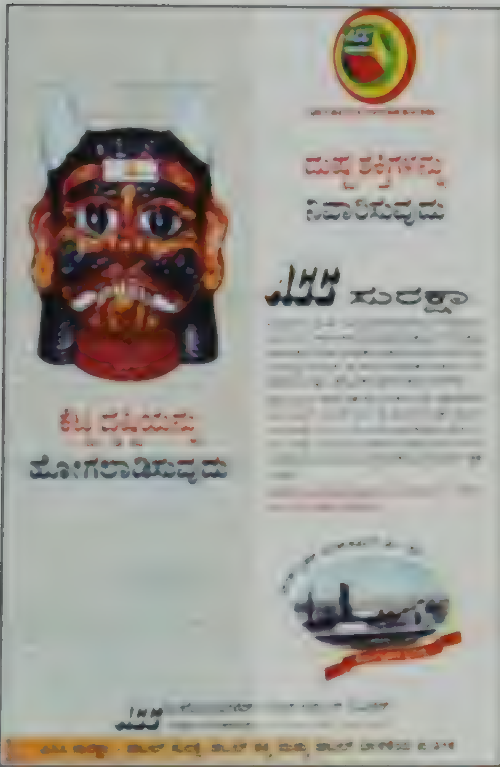
ಭಾರತೀಯರು ವೇದಗಳ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ದೈವಭಕ್ತಿಯನ್ನು ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡು ಬಂದವರು, ಅಂದರೆ ದುಷ್ಟ ಶಕ್ತಿಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಲು ದೈವದ ಒಲುಮೆ ಬೇಕೇಬೇಕಲ್ಲವೆ? ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಕಲ್ಪ ಮಾಡಿ ಯಜ್ಞಯಾಗಾದಿಗಳನ್ನು ಆಚರಿಸಿ ದಾನ ಧರ್ಮಗೈದು ಸಕಲ ದೈವವನ್ನು ಸಂತುಷ್ಟಗೊಳಿಸುವುದು. ಆ ಮೂಲಕ ದೈವ ಕೃಪೆಗೆ ಒಳಗಾಗುವುದು. ನಮ್ಮ ಸನಾತನ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ದೈವಿ ಶಕ್ತಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಯಜ್ಞ, ಹೋಮ, ಪೂಜೆ, ಪ್ರಾರ್ಥನೆ-ಗಳಾದಿಯಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ ಬಗ್ಗೆ ನಮ್ಮ ಅನೇಕ ಮಹಾಕಾವ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮಂಗಳಕರ ಸಂಕೇತವಾಗಿರುವ ಯಜ್ಞದ ಕುಂಡ ಪಾವಿತ್ರ್ಯತೆ ಹೊಂದಿರುವಂತದಹದು. ಮನೆ, ಕಟ್ಟಡ ಇತ್ಯಾದಿ ನಿರ್ಮಾಣ ಕಾರ್ಯಕ್ಕೂ ಅಷ್ಟೇ ಮಂಗಳಕರವಾದಂತಹ 'ರಕ್ಷಾ' ಈ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸುರಕ್ಷಾ ಸಿಮೆಂಟ್ ಭದ್ರಕೋಟೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಈ ಕಂಪನಿ ೭೫ ವರ್ಷಗಳ ಇತಿಹಾಸವನ್ನೇ ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ. ಈಗಲೂ ಕರ್ನಾಟಕದ ಜನತೆಯ ಮನೆಮಾತಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಸಮೃದ್ಧಿ ಸಂಕೇತ ಹಸಿರು, ತ್ಯಾಗದ ಸಂಕೇತ ಕೇಸರಿ, ಮಂಗಳಕರ ಸಂಕೇತ ಹಳದಿ ಇವನ್ನು ಸೂಚ್ಯವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಕಲಾವಿದ ಚಿತ್ರಿಸಿದ್ದಾನೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಡಬಲ್ ಸುರಕ್ಷೆ, ಡಬಲ್ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಡಬಲ್ ಬಾಳಿಕೆಯ ಪ್ರತೀಕ ಹಾಗೂ ಸುಭದ್ರತೆಯ ಸಂಕೇತ 'ಸುರಕ್ಷಾ' ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತ ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ 'ಸುರಕ್ಷಾ' ಬಗ್ಗೆ ಸಂಕೇತಿಕವಾಗಿ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಯಜ್ಞಕುಂಡದ ಮೂಲಕ ಸಂಪರ್ಕಿಸುತ್ತಲಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೩: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಭಾರತೀಯ ಸನಾತನ, ಹಿಂದೂ ಧರ್ಮದ ಸಂಕೇತ ಮಂಗಳಕರವಾದ ಚಿಹ್ನೆ ಶುಭ-ಲಾಭ ಚಿಹ್ನೆ ಇದೆ. ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯರ ಅದರಲ್ಲೂ ಹಿಂದುಗಳ ಶುಭ ಚಿಹ್ನೆ ಮೊದಲು ರಂಗೋಲಿಯಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು, ಕಲಾಂತರದಲ್ಲಿ ದೈವಿ ಪೂಜೆಗೆ ಅರ್ಪಿಸುವ ಶುಭ್ರವಾದ ಬಟ್ಟೆಗಳ ಮೇಲೆ ಈ ಸ್ವಸ್ತಿಕ ಚಿಹ್ನೆ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಕೊನೆಗೆ ಹಬ್ಬಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ದೀಪಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಶುಭ ಚಿಹ್ನೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಹಿಂದೂ ಧರ್ಮಾವಲಂಬಿತರ ಮನೆಯ ಗೋಡೆಗಳಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಚಿತ್ರಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಾವು ನಮ್ಮ ಪ್ರಾಚೀನ ಧರ್ಮ ಪರಂಪರೆಯಲ್ಲಿನ ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ

ಹಿಡಿಯುತಲಿದ್ದೇವೆಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನೆಲೆಗಟ್ಟಿನಿಂದ ವಿಭಿನ್ನ ರೂಪ, ಆಚರಣೆ ಮಾಡಲ್ಪಡುವ ಶುಭ ಸಂಕೇತವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ಹಬ್ಬಹರಿದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮದುವೆ ಮಂಗಳಕರವಾದಂತಹ ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮಾಡುವಾಗ ಈ ಚಿಹ್ನೆ ಗೋಡೆ ಮೇಲೆ ಕುಂಕುಮದಿಂದ ಅಥವಾ ಹಳದಿ (ಅರಿಷಿಣ)ಯಿಂದ ಬರೆಯುತ್ತಿರುವುದು ಸರ್ವೇಸಾಮಾನ್ಯ. ಅಂತಹ ಚಿಹ್ನೆಗಳ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಇತಿಹಾಸ, ಪರಂಪರೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಸಾರುವ ಜಾಹಿರಾತು ಇದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಇದು ನಮ್ಮ ಧರ್ಮ, ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಸಂಕೇತ ಎಂದು ಹೆಮ್ಮೆ ಅಭಿಮಾನ ಮೂಡುತ್ತದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತನ್ನ ಕಾರ್ಯವು ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಸಂಪ್ರದಾಯದಲ್ಲಿರುವ ಸಂಕೇತವು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ೪: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲೂ ಕೂಡ ನಿವಾಳಿ ತೆಗೆಯುವಂತಹ ಸಂಪ್ರದಾಯವನ್ನು ದೃಷ್ಟಿ ಗೊಂಬೆ, ದೃಷ್ಟಿ ಬೊಟ್ಟು ಇತ್ಯಾದಿ (ಚಂಡಾಲ ಗೊಂಬೆ) ಹೆಸರಿನಿಂದ ಕರೆಯುವ ರಾಕ್ಷಸ ರೂಪದ ಕುರೂಪಿಯಾದ ಈ ಚಿತ್ರವು ದುಷ್ಟ ಶಕ್ತಿಯ ನಿವಾರಿಸುವ ಶಿಷ್ಟ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುವ ಸೂಚನೆಯ ಸಂಕೇತವಾಗಿದೆ. ಶುದ್ಧ ಜನಪದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಬೇರುಗಳು ಕಳಚುತ್ತಿದ್ದ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಪರಂಪರೆಯ ಚೌಕಟ್ಟಿನೊಂದಿಗೆ ನಮ್ಮ ಪೌರಾಣಿಕ ಪೂಜೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವತ್ತ ಹಾಗೆಯೇ ದುಷ್ಟ ಗ್ರಹಗಳ ಬಾಧೆಯಿಂದ ರಕ್ಷಿಸುವ ಕಾಲ್ಪನೀಕತೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಯೋಗ್ಯ ಕಟ್ಟಡಕ್ಕೆ ಯೋಗ್ಯ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟನ್ನೇ ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳಿ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ನಮ್ಮ ನಂಬಿಕೆಗೆ ಪುಷ್ಠಿ ನೀಡಿದಂತೆ, ಎಷ್ಟೇ ಆಧುನೀಕತೆ ಬಂದರೂ ನಾವು ನಮ್ಮ ನಂಬಿಕೆ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಬಿಡುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದು ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟಿನ ಈ ನಾಲ್ಕು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ನಂಬಿಕೆ, ಆಚರಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತುಕೊಟ್ಟಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ನಾವು (ಎ.ಸಿ.ಸಿ) ನಿಮ್ಮ ಆಚಾರ, ವಿಚಾರ, ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಜೊತೆಗೆ ಇದ್ದೇವೆ ಎಂದು ಹೇಳುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಿದೆ ಮತ್ತು ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ನಮ್ಮ ದೇಶೀಯ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟ್ ಎಲ್ಲ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಸಂಕೇತಗಳು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತವೆ.



ಚಿತ್ರ ೫: ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟ್‌ನ ಮತ್ತೊಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಅಪ್ಪಟ ಭಾರತೀಯ ನಾರಿ ಸಂಭ್ರಮ. ಸಡಗರದೊಂದಿಗೆ ಹಬ್ಬಹರಿದಿನ-ಗಳನ್ನು ಆಚರಿಸುವ ಅದರಲ್ಲೂ ದೀಪಗಳ ಹಬ್ಬ ದೀಪಾವಳಿಯೆಂದರೆ ಇದೊಂದು ಹೆಮ್ಮೆಯ ಹಿರಿಮೆಯ ಹಬ್ಬ. ಮಹಿಳೆಯರು, ಮಾತೆಯ-ರು, ತಮ್ಮ ವೈಭವ ಸಂಪತ್ತು, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಇವೆಲ್ಲವುಗಳ ಪ್ರತಿರೂಪವಾಗಿ ಕಂಗೊಳಿಸುವ ಹಸನ್ಮುಖಿ ಈ ಚೆಲುವೆ ಆರತಿಯನ್ನು ಬೆಳ್ಳಿ ಬಟ್ಟಲಲ್ಲಿ ದೀಪಾರತಿ, ಕುಂಕುಮ ಮುಡಿಗೆಪ್ಪು ಹೂವು ನೀಡಿ ತನ್ನ ಪರಿವಾರದವರಿಗೆ ಸಂತೋಷವಾಗಿ ಆಹ್ವಾನ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿಯ ಜಾಹಿರಾತುನಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತೆವೆ. ಅವಳ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಒದಗಿಬರುವ ದೀಪಾವಳಿಯ ಚೆಲುವು ವೈಭವ ಎಷ್ಟು ಸುಂದರ ಸುಮಧುರ ಅಂತಹ ಕ್ಷಣಗಣನೆಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮಹಿಳೆ ಕಾದಿರುವುದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕ ಮಹಿಳೆ ಜೊತೆಗೆ ಸಂಪ್ರದಾಯವನ್ನು ತೋರಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಹಿಳೆಯ ಭಾವನೆ, ಸಂತೋಷ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವ ಮಹಿಳೆ ಎ.ಸಿ.ಸಿ. ಸಿಮೆಂಟ್ ಅವರ ಪರವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಶುಭಾಶಯ ತಿಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾಳೆ. ಅಂದರೆ ನಾನು ನಿಮ್ಮ ಪರಿವಾರದ ಒಬ್ಬ ಸದಸ್ಯಳೇ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೬: ಮಾನವ ಸಂಘಜೀವಿ, ಸಮಾಜ ಜೀವಿ, ಆಧ್ಯಾತ್ಮ ಜೀವಿ ಹಾಗೂ ಪರಿಸರದ ಕೂಸು, ನಿಸರ್ಗದ ಕೊಡುಗೆಯೂ ಆಗಿ ಬದುಕಿ ಬಾಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ನಾವು ಬದುಕುವ ನಮ್ಮ ಬದುಕನ್ನು ಸುಂದರವಾಗಿ ರೂಪಿಸುವ ಈ ಪರಿಸರ ಅಂದ ಚೆಂದವಾಗಿ ಪ್ರಕೃತಿ ಸಹಜವಾಗಿರಬೇಕು ಯಾವುದೇ ಕೃತಕತೆಯಿಲ್ಲದೇ ಪರಿಸರ ಎಲ್ಲವನ್ನು ಮನುಷ್ಯನಿಗಾಗಿ ಬಿಚ್ಚಿಡುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರೂ ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪರಿಸರದ ಮುಗ್ದತೆ ಉಳಿಸುವಂತೆ ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಜನಾಂಗಕ್ಕೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡಬೇಕಿದೆ ಎಂದು ಇದರಲ್ಲಿ ಅಡಗಿರುವ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅರ್ಥವಾಗಿದೆ. ನಿಸರ್ಗದ ಶ್ರೇಷ್ಠತೆಯನ್ನು ಆರಾಧಿಸುವುದೇ ನಿಜವಾದ ದೈವಪ್ರಜ್ಞೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ ಎನ್ನುವ ಸಾಂಕೇತಿಕವಾದ ಅರ್ಥ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನದು. ಪ್ರಕೃತಿಯನ್ನು ಅನೇಕ ರೀತಿಯಿಂದ

ನಾಶಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಇಂತಹ ಕೃತ್ಯಗಳಿಗೆ ನಾವು ತಡೆನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂದೇಶ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ. ಅನೇಕ ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನಗಳ ಆಚರಣೆ ನಮಗೆ ಅನಿವಾರ್ಯ ಎನಿಸಿದೆ. ಪೌರಾಣಿಕ ಮಹತ್ವ ಪಡೆದ ಗಣೇಶ ಚತುರ್ಥಿ ಆಚರಣೆಯು ಈ ದಿಸೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಸರ ಮಾಲಿನ್ಯದ ಗಡಿಮೀರುತ್ತಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ. ಇದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ ಗಣೇಶ ಹಬ್ಬದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ಗಜಮುಖನನ್ನು ವಿಸರ್ಜಿಸುವಾಗಲೂ ಇಂತಹ ಅಪಾಯಗಳ ಅರಿವು ನಮಗೆ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಅಷ್ಟೇ ಏಕೆ ಈ ರೀತಿ ಕರೆ ಬಾವಿಗಳಲ್ಲಿ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರನ ಮೂರ್ತಿಯನ್ನು ಹಾಕುವುದರಿಂದ ರಾಸಾಯನಿಕ ವಸ್ತುಗಳಿಂದ ವಿಷ ಪ್ರಸಾರವಾಗಿ ಜಲಚರಗಳ ಗತಿಯೇನು? ಇವುಗಳ ಮಾರಣಹೋಮಕ್ಕೆ ಕೊನೆ ಎಂತು? ವಿಘ್ನೇಶ್ವರನ ವಿಸರ್ಜನೆಯಿಂದ ಆಗುವ ಜಲಚರಗಳ ಹಾನಿ ತಪ್ಪಿಸಲು ಹಾಗೂ ನಿಸರ್ಗದ ಪಾವಿತ್ರ್ಯತೆ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಇರುವ ಒಂದೇ ಉಪಾಯವೆಂದರೆ ನಮ್ಮ ಗಣೇಶ ಆದಷ್ಟು ಚಿಕ್ಕ ಗಾತ್ರದಲ್ಲಿರಲಿ ಹಾಗೂ ಬಣ್ಣರಹಿತವಾಗಿರಲಿ ಎನ್ನುವುದೇ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸಂದೇಶವಾಗಿದೆ. ಹಾಗೂ ಕೇವಲ ಕರಗಬಲ್ಲ ಮಣ್ಣಿನಿಂದ ತಯಾರಾಗಿದ್ದರೆ ತುಂಬಾ ಒಳ್ಳೆಯದು. ಅಂತಹ ವಿಘ್ನೇಶ್ವರ ನಮ್ಮ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಚಿಕ್ಕ ಬಕೇಟಿನಲ್ಲಿ ಅದ್ದಿ ಇಡಬಹುದು ಎಂದು ಸಹ ಸೂಚಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು. ಈ ಎಳೆಯ ಕಂದಮ್ಮ ತೊಟ್ಟ ಹಸಿರು ಉಡುಗೆ ಕೂಡ ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಪರಿಸರ ರಕ್ಷಿಸಿ ಎನ್ನುತ್ತಿದೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಸಣ್ಣ ಗಾತ್ರದ ಬಣ್ಣ ರಹಿತ

ಗಣೇಶ ಚತುರ್ಥಿಯನ್ನು ಪರಿಸರ ಸ್ನೇಹಿಯಾಗಿ ಆಚರಿಸೋಣ

ನಿಸರ್ಗ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯೇ ಶ್ರೇಷ್ಠ ರೂಪದ ಆರಾಧನೆ

ಗಣೇಶನಿಗೆ ಈ ಬಾಲೆ ಅರ್ಪಿಸುತ್ತಿರುವ ಗರಿಕೆ (ಹುಲ್ಲು) ಕೂಡ ಪ್ರಕೃತಿದತ್ತವಾದ ಹಸಿರನ್ನು ಆರಾಧಿಸುವಂತೆ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳು ನಿಸರ್ಗ ಪ್ರಿಯರಿಗಾಗಿ ಇಡೀ ಜಾಹಿರಾತು ಹಸಿರು ಪರಿಸರದ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಅದರಲ್ಲೂ ಗಣೇಶ ಚತುರ್ಥಿಯ ಪಾವಿತ್ರ್ಯತೆ, ಶುಭ್ರತೆಯನ್ನು ಪರಿಸರ ಪ್ರೇಮಿಯಾಗಿ, ಸ್ನೇಹಿಯಾಗಿ, ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಆಚರಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೭: ಇದು ಫಿನೋಲೆಕ್ಸ್ ಕೇಬಲ್ಸ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಜಾಹಿರಾತು. ಮನೆಯ ಶುಭ ಲಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಎಂದು ಸಾರುತ್ತಲಿದೆ.



ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ತೆಂಗು, ಮಾವು, ಬೇವು, ಚೆಂಡು ಹೂವು, ಬಾಳೆ, ಕಬ್ಬು, ಅರಿಷಿಣ, ಕುಂಕುಮ, ದಾರ, ಬಳೆ, ನಿಂಬೆಹಣ್ಣು, ಸಂಪಿಗೆ, ಮಲ್ಲಿಗೆ, ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಮಂಗಳಕರ ಸಂಕೇತವಾಗಿವೆ. ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಇವುಗಳನ್ನು ಪೂಜ್ಯ ಭಾವನೆಯಿಂದ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಪೂಜಿಸುವ ಮೂಲಕ ಧನ್ಯತೆಯಿಂದ ಕಾಣುವ ಆಧ್ಯಾತ್ಮಕತೆ ಧಾರ್ಮಕತೆ, ದೈವೀ ಆರಾಧನೆ, ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದ ವಿಷಯವೇ ಆಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲಿ ಹಾಸುಹೊಕ್ಕಾಗಿರುವ ಅರಿಷಿಣ, ಕುಂಕುಮ, ಗಂಧ, ಧೂಪ, ದೀಪ ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಯಜ್ಞ-ಹೋಮ ಜಪ-ಪ್ರಾರ್ಥನೆ, ಪೂಜೆ, ನಮಾಜು, ಜಾತ್ರೆ, ಉತ್ಸವ, ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಕಾಣುವ ಆನಂದವೇ ಬೇರೆಯಾಗಿದೆ.

ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ (ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ) ವೈಭವವನ್ನು ನೆನಪಿಸುವ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ತೆಂಗಿನಕಾಯಿ, ಮಾವಿನ ಎಲೆ, ಚೆಂಡು ಹೂವಿನಿಂದ ಅಲಂಕೃತಗೊಂಡಿದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ತಾಮ್ರದ ವೈರ್ ಯಾವತ್ತು ಕೂಡ ಶಾಕ್ ಸರ್ಕಿಟ್ ಆಗದೇ ಬೆಂಕಿ ಅಪಘಾತವಾಗದೇ ನಮ್ಮ ಮನೆ, ಕುಟುಂಬ, ಗ್ರಾಮ, ಸಮುದಾಯ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸುರಕ್ಷೆ ನೀಡುವುದು, ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮನೆಯ ಶುಭಲಕ್ಷಣದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಸಾಧನಗಳು ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಆ ಮನೆ ಇನ್ನು ಬೆಳಕಾಗುವುದು. ಯಾವುದೇ ಅಪಾಯಗಳಿಲ್ಲದೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಸುರಕ್ಷೆ ನೀಡುವುದು 'ಫಿನೋಲೆಕ್ಸ್' ವೈರ್ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮಂಗಳ ಗೌರಿಯನ್ನು ತಂಬಿಗೆಯಲ್ಲಿ ತುಂಬಿ ಮೆರೆಸುತ್ತಾ ಅದಕ್ಕೆ ಅಲಂಕಾರಗೊಳಿಸಿ ತೆಂಗಿನಕಾಯಿ ಇರಿಸಿ ಕುಂಕುಮ ಗಂಧಗಳಿಂದ ಶೋಭಿಸು-ವಂತೆ ಮಾಡುವುದಲ್ಲದೇ ಅನೇಕ ಮಾತೆಯರಿಗೆ, ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಇದೊಂದು ಪೂಜೆ, ವ್ರತ, ನೇಮವಾಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಹೆಸರುಗಳಿಂದ ದೈವೀಗುಣವುಳ್ಳ ಮಹಿಳೆ ಮಾತೆಯರು ಪೂಜಿಸುವಷ್ಟೇ ಪೂಜ್ಯತೆಯನ್ನು ನಾವು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಫಿನೋಲೆಕ್ಸ್ ವೈರ ಬಳಕೆಯು ನಾವು ರೂಢಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸೂಕ್ತವೆಂದು ಹೇಳಲಾಗುವುದು. ಕೆಂಪು, ಹಳದಿಗಳು ಇಲ್ಲಿ ಅರಿಷಿಣ, ಕುಂಕು-

-ಮಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವ, ವೃತ್ತಾಕಾರದ ಸೂಚನೆಯು ಕುಂಕುಮವನ್ನು ಹಣೆಗೆ ವೃತ್ತಾಕಾರವಾಗಿ ಧರಿಸುವ ಹಾಗೆ ಹಾಗೂ ವೃತ್ತಾಕಾರದಲ್ಲಿ ಬಳೆ ಧರಿಸುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಸಮಗ್ರ ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಚಿತ್ರಣವನ್ನೇ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಆ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ಗ್ರಾಹಕರ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿದೆ. ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ನಾವು ಪೂಜೆ, ಪುನಸ್ಕಾರಗಳು ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗೆಯೇ 'ಫಿನೋಲೆಕ್ಸ್ ಸುರಕ್ಷಾ' ನಿಮ್ಮ ಕುಟುಂಬವನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸುವುದು ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರು ನಂಬಿರುವ ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕವೇ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನಂಬುಗೆಯ ಕಲ್ಪನೆ ಹಿನ್ನೆಲೆ ರಚನೆಗೊಂಡಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೮: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ದೀಪಾವಳಿಯ ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ನಮ್ಮ ನಿಮ್ಮೆಲ್ಲರ ಬಾಳಿನಲ್ಲಿ ದೀಪವನ್ನು ಬೆಳಗುವ ಈ ದೀಪಾವಳಿಯು, ದಾಂಪತ್ಯಕ್ಕೆ ಕಾಲಿರಿಸಿದ ನೂತನ ನವದಂಪತಿಗಳ ದೈಹಿಕ, ಮಾನಸಿಕ, ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕೊಂಡಿಯಾಗಿದೆ. 'ನೋಕಿಯೋ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್ ಅವರ ಮಿಲನ ಸುಖವನ್ನು ಸಂಪರ್ಕ ಸೇತುವೆಯಾಗಿ ಬೆಸೆಯುತ್ತಿದೆ. (Connecting People) ಹೊಸ ಜೋಡಿಗಳ ಹೊಸ ಹುರುಪಿನ ದೀಪಾವಳಿಯ ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆಯಾಗಿ ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಬಹುಮಾನಗಳು ಅವರ ಮನಮೆಚ್ಚುವ ಕಾರು, ಬಂಗಾರದ ನಾಣ್ಯ, ಬೆಳ್ಳಿ ನಾಣ್ಯ, ನೆಕ್ಲೆಸ್, ಹೀಗೆ ಕೊನೆಯಿಲ್ಲದ ಆಸೆ ಆಕಾಂಕ್ಷೆಯನ್ನು ಈಡೇರಿಸಲು ಅದರ ಸಂಪರ್ಕ ಪಡೆಯಲು ಈ ಕೊಡುಗೆಗಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಹೀಗೆ ಮಾಡಿದೆ. ದಾಂಪತ್ಯದ ಮಧುರತೆಯನ್ನು, ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಮಂದಹಾಸದ ನಗು ನವದಂಪತಿಗಳ ಮುಖದಲ್ಲಿ ತೇಲುತ್ತಿದೆ. ಒಂದು ಹೊಸ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಆರಂಭವನ್ನು ಸೂಚಿಸುವ, ದೀಪ ಬೆಳಗಿಸುವ ಬೆಳಕೇ ಇಲ್ಲಿ ನೋಕಿಯಾದ ಹ್ಯಾಂಡ್ ಸೆಟ್ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಈ ಮನೆಯು ವೈಭವ, ದೀಪಗಳ ಅಲಂಕಾರ ಹಾಗೂ ದಂಪತಿಗಳ ಹರ್ಷ ಉಲ್ಲಾಸಕ್ಕೆ ಪಾರವೇ ಇಲ್ಲ ಹಾಗೂ ಚಿಕ್ಕ ಕುಟುಂಬಕ್ಕೆ ಮುನ್ನುಡಿ ಬರೆದಂತೆ 'ಮನೆಗೊಂದು ಮಗು ಮನೆ ತುಂಬ ನಗು' ಇಲ್ಲಿನ ಮೂರು ಸೆಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯದ ಚಿಕ್ಕ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್ ನಮ್ಮ ದಾಂಪತ್ಯದ ಪ್ರೀತಿ ಸಂಕೇತ ಮುದ್ದು ಮಗು ಎಂಬಂತೆ ಇದೆ. ಅಲ್ಲಿ ಹರಡಿರುವ ಹೂವುಗಳ ಸುಗಂಧ, ದೀಪದ ಮಂದ ಬೆಳಕು, ದಂಪತಿಗಳ ಹಸನ್ಮುಖ ಅವರ ಮುಂದಿನ ಯೋಜನೆಯಾದ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಕಾರು, ಚಿನ್ನದ ನಾಣ್ಯ ಮತ್ತು ನೆಕ್ಲೆಸ್



ಹಾಗೂ ದಂಪತಿಗಳಿಬ್ಬರ ಪ್ರವಾಸಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ಟಿಕೇಟನ್ನು ಹೀಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಆನಂದ ಅಷ್ಟು ಭಾರತೀಯ ದಂಪತಿಗಳ ಆಸೆ, ಕನಸು, ಉತ್ಸಾಹಗಳಿಗೆ ಸೂಚನೆಯಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಗೊಂಡಿರುವ ಅವರ ನಗು, ಜೊತೆಗೆ ದೀಪಾವಳಿಯ ಸಂಭ್ರಮ ಸಡಗರ ಹೀಗೆ ಎಷ್ಟೊಂದು ಉತ್ಸಾಹದಾಯಕವೆಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ ಇಲ್ಲಿರುವ ಹಳದಿ, ಕೆಂಪು ಹೂವುಗಳು ಅರಿಷಿಣ-ಕುಂಕುಮದ ಸಂಕೇತ ಮುತ್ತೈದೆಯರ / ಸುಮಂಗಲಿಯರ ಶುಭ ಸಂಕೇತಗಳಾಗಿ ಮೂಡಿಬಂದಿದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸಾರಿಕ (ಪರಿವಾರದ) ವಾತಾವರಣದೊಂದಿಗೆ ರಚನೆಯಾಗಿರುವುದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಹೊಸ ಆರಂಭವನ್ನು ಬೆಳಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಈ ದೀಪಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ನೋಕಿಯಾ ಜೊತೆಗೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತ, ಮದುವೆಯು ಹೇಗೆ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಆರಂಭವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಹಾಗೆ ನೋಕಿಯೋ ಸಹ ನಿಮಗೆ ಹೊಸ ಆರಂಭದ ಅವಕಾಶ ನೀಡಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ದೀಪಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ಅಳಿಯ, ಮಗಳನ್ನು ಮನೆಗೆ ಕರೆಸಿ ಹಬ್ಬ ಆಚರಿಸುವ ಸಂಪ್ರದಾಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೯ : ಈ ಜಾಹಿರಾತು (Sony Company Bravia LCD TV) : ರಂಗು ರಂಗಿನ ಹೋಳಿಯ ಆಚರಣೆಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಪರಿಚಯಿಸುವಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿರುವಂತೆ ತೋರುತ್ತದೆ. ನವ ಯುವತಿಯರಿಂದ ಹಿಡಿದು ಮುದುಕರವರೆಗೆ ಮಕ್ಕಳಿಗಂತೂ ಪಾರವೇ ಇಲ್ಲ. ಒಟ್ಟಾಗಿ ಎಲ್ಲರೂ ಬಣ್ಣ ಎರಚುವ ಹೋಳಿ ಹಬ್ಬದ ಆಚರಣೆ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಅಂದ-ಚೆಂದ.



ಅದೇ ರೀತಿ ಬಣ್ಣಬಣ್ಣದ ಟಿ.ವಿ.ಗಳಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಮನೋರಂಜನೆಯನ್ನು ಇಮ್ಮಡಿಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಿರೆಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುವುದು. ಹಲವು ರೀತಿಯ ವಿಭಿನ್ನ ಶೈಲಿಯ ಪರಿಷ್ಕೃತ ದರಗಳೊಂದಿಗೆ ಅವು ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಹೋಳಿ ಹಬ್ಬದ ಆಚರಣೆ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಾಜದಲ್ಲೂ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಬಣ್ಣಗಳನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಯುವಕರು, ಯುವತಿಯರಿಗೆ, ಯುವತಿಯರು ಯುವಕರಿಗೆ, ಹೀಗೆ ತಮ್ಮ ತಮ್ಮಲ್ಲೇ ಬಣ್ಣ ಹಚ್ಚಿಕೊಳ್ಳುವ ಈ ಬಣ್ಣದ ಬದುಕು ಸವಿಯಲು ಎಷ್ಟು ಸುಮಧುರ? ಇಲ್ಲಿನ ಯುವಕನಿಗೆ

ಎದುರಾಳಿಗಳಾಗಿರುವ ನಾಲ್ಕು ಜನ ಯುವತಿಯರು ರಂಗು ರಂಗಾದ ಬಣ್ಣವನ್ನು ಬಳಿಯಲು ಸಿಡಿಸಲು ಎಷ್ಟು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರತೀಕವಾದ ಹೋಳಿ ಹಬ್ಬವನ್ನು ನೆನಪು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಭಾರತದ ಮೂಲೆ-ಮೂಲೆಯಲ್ಲೂ ಆಚರಿಸಲ್ಪಡುವ ಇದನ್ನು ಕಾಮನಹಬ್ಬ/ಕಾಮದಹನ ಎಂದು ಕೂಡ ಕರೆಯುವರು. ಕಾಮದಹನವು ವಿಭೂತಿದಾರಣೆಗೂ ಸಂಕೇತವಾಗಿದೆ. ಮನದ ಕೆಟ್ಟ ಕಾಮನೆಗಳನ್ನು ಸುಟ್ಟು ಹಾಕಬೇಕೆಂದು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಸತ್ಯ ಸಾರುವ ಕಾಮನಹಬ್ಬ ಹೋಳಿ ಹಬ್ಬ, ನಮ್ಮ ಪೌರಾಣಿಕ ಕಲ್ಪನೆಯ ನೆನಪನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತವೆ.

ಹೀಗೆ ಪೌರಾಣಿಕ ಕಥೆಯೊಂದರ ನೆನಪು ಮಾಡುವಂತಹ ಹಬ್ಬ-ಹರಿದಿನಗಳ ಆಚರಣೆ ನಮ್ಮ ಯುವ ಜನತೆಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡಿ ಆ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಸಂಭ್ರಮ ಸಡಗರ ಇಲ್ಲಿ ಒಳ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಇದು Bravia Sony ಕಂಪನಿ ಜಾಹಿರಾತು. ಭಾರತದ ಬಣ್ಣಗಳು ಜೀವಂತ ಎಂದು ಸಾರುವ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ವಿವಿಧ ಬಣ್ಣಗಳು ವರ್ಣಾತ್ಮಕವಾದುದು ಎಂದು ಸಾರಿ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಹೋಳಿಯ ಹಬ್ಬ ಎಂದರೆ ವಿವಿಧ ಬಣ್ಣ ಬಣ್ಣಗಳ ಕನಸಿನ ಹಬ್ಬ. ಹಾಗೆಯೇ ಸೋನಿ ಕಂಪನಿಯ ಬ್ರಾವಿಯಾ ಎಲ್.ಸಿ.ಡಿ. ಟಿ.ವಿಯಿಂದ ಬಣ್ಣದ ಕನಸಿನ ಲೋಕವೆಂದು ಸಾರುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ನೈಜ ಅನುಭವದ ಸಂಕೇತ ಅರ್ಥವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೧೦: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕೆನರಾ ಬ್ಯಾಂಕಿನವರು ತಮ್ಮ ರೈತ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ಕೆಲವೊಂದು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದ್ದು, ಅದನ್ನು ತಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೂ ಸದುಪಯೋಗ ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲೆಂದು ಕೆಲವೊಂದು ಹಬ್ಬಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆಗೆ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ನೀಡುತ್ತಾರೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಹಬ್ಬಗಳು, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಬ್ಬಗಳು ನಮ್ಮ ಮನದ ಆನಂದವನ್ನು ಇಮ್ಮಡಿಸುತ್ತವೆ. ದೀಪಾವಳಿ, ಯುಗಾದಿ, ದಸರಾ ಹೀಗೆ ಅವುಗಳ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಪಟ್ಟಿಯೇ ಬೆಳೆಯುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಖಾಸಗಿ ಕಂಪನಿಗಳು ಹಾಗೂ ಸರ್ಕಾರಿ / ಖಾಸಗಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು

ವಿಶೇಷ ರಿಯಾಯಿತಿ ನೀಡುವುದು ಸರ್ವೇಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕೆನರಾ ಬ್ಯಾಂಕ್ ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ಮಕರ ಸಂಕ್ರಾಂತಿ ಹಬ್ಬದ ಶುಭ ಸಂಕೇತವಾಗಿ ಎಳ್ಳು ಬೆಲ್ಲ ಹಂಚುವಂತಹ ನಮ್ಮ ನಾಡಿನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಆಚರಣೆ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಯುಗಾದಿಯ ಬೇವುಬೆಲ್ಲ, ಸಂಕ್ರಾಂತಿಯ ಎಳ್ಳುಬೆಲ್ಲ, ಸರ್ವೇಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವಿತರಣೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಎಲ್ಲ ಕಡೆಗೂ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಎಳ್ಳುಬೆಲ್ಲ, ಮೊದಲಾಗಿ ಶುಭಾಶಯ ಕೋರಿ, ಹಾರೈಕೆ ಮಾಡುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

ತಮ್ಮೆಲ್ಲ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಿಹಿ ಸಂತೋಷದ ಶುಭಾಶಗಳು ಸಾಂಕೇತಕವಾಗಿ ಕಬ್ಬು ತೋರಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಸಂಕ್ರಾಂತಿಯ ಆಚರಣೆಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಮೆರಗು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಕೌಂಟರ್‌ನಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಹಕ ಹಣಕ್ಕಾಗಿ (Cash Counter) ಮುಂದೆ ನಿಂತಾಗ ಅವನಿಗೆ ಸಮೃದ್ಧಿಯ ಸಂಕೇತವಾದ ಹಸಿರು ಕಬ್ಬು ಎಷ್ಟೊಂದು ಮುದ ನೀಡಿ ಮನ ತೃಪ್ತಿ ಮಾಡುವುದೆಂದು ಹೇಳತೀರದು. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಆಂತರಿಕ ಅರ್ಥ ಬಹಳ ಸೊಗಸಾದುದು. ಸಮಸ್ತ ಜನತೆಗೆ ಮಕರ ಸಂಕ್ರಾಂತಿಯ ಶುಭಾಶಯಗಳು ಕೆನರಾ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಎಳ್ಳು ಬೆಲ್ಲ ಕೊಡುವ ಬದಲು ಬೆಲ್ಲ ಉತ್ಪತ್ತಿಯ ಮೂಲ ಉತ್ಪನ್ನ ಕಬ್ಬು ನೀಡುತ್ತದೆ. ರೈತ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಸಾಮಾನ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮೂಲ ಉತ್ಪತ್ತಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ಹಾಗು ಪರಿಶುದ್ಧವಾದ ರುಚಿ ನೀಡುವ ಸಂಕೇತ ಇದಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ರೈತ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ನೆರವನ್ನು ನೀಡುವ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅರ್ಥವುಳ್ಳದ್ದಾಗಿದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು.

ಚಿತ್ರ ೧೧: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಸಮೃದ್ಧಿ ಸಂಕೇತವಾದ ಭತ್ತದ ತೆನೆ ಅಚ್ಚ ಹಸಿರು ಪೈರು ಹಾಗೂ ಸಂಕ್ರಮಣದ ಶ್ರೇಷ್ಠತೆಯಾದ ಕಬ್ಬು ಮಿಗಿಲಾಗಿ ಭಾರತೀಯ ಪೌರಾಣಿಕ ಕಲ್ಪನೆಯ ಕಾಮಧೇನು (ಗೋವು) ಸಕಲ ವೈಭವದಿಂದ ಪೂಜಿಸಲ್ಪಡುವ ಹಾಗೂ ಅದರ ಅಮೃತ (ನೊರೆ ಹಾಲು) ಕುಂಬದಲ್ಲಿ ತುಂಬಿ ಹೊರಸೂಸುತ್ತಿರುವ ಹಾಗೂ ನೀಲಿ ಆಕಾಶದಷ್ಟು ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಸಂತೋಷ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಎಳ್ಳು-ಬೆಲ್ಲ ಇವುಗಳ ಸಿಹಿಗೂ ಮೀರುವ ಕಬ್ಬಿನ ಶ್ರೇಷ್ಠ ಸ್ವಾದ ಹಾಗೂ ಅದರ ಹಸಿರಿನ ಅಂದ ಚೆಂದ ಎಲ್ಲಕ್ಕೂ ಮಿಗಿಲಾದ ಗೋಮಾತೆ ಪೌರಾಣಿಕ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪೂಜ್ಯ ಭಾವನೆಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಮನದಾಳದಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಸದೇ ಇರಲಾರದು. ನಾವು ಕಾಣುವ ಕಬ್ಬು, ಮಾವಿನ ತೋರಣ ವಿವಿಧ ಫಲಗಳು ನಮ್ಮ ಆಚರಣೆಗೆ ಹಿಡಿದ ಕನ್ನಡಿಯಾಗಿವೆ. ಕಬ್ಬು ಹಾಗೂ ಸುತ್ತಲಿನ ಹಸಿರು ನಮ್ಮಯ ಸಮೃದ್ಧಿಯ ಸಂಕೇತವಾಗಿದೆ, ಹೀಗೆ ರೈತಾಪಿ ವರ್ಗದ ಮೂಲ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಮೆರೆಸುವ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ನಮ್ಮ ಸಂಕ್ರಾಂತಿಯ ಸಡಗರದ ಆಚರಣೆಗೆ ಯುವಪೀಳಿಗೆಯನ್ನು ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಇದೊಂದು ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸಮಗ್ರ ಚಿತ್ರಣ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಹಸಿರು ಭತ್ತದ ಗದ್ದೆ,



ಹಿಂದೆ ಹಸಿರಾದ ಗಿಡ-ವನಗಳು ಭಾರತೀಯರ ಪೂಜ್ಯ ಗೋಮಾತೆ ಸರ್ವ ಪೂಜೆಗಳಿಂದ ಅಲಂಕಾರಗೊಂಡ ಅದರ ಕೊಂಬಗಳಿಗೆ ಹಳದಿ ಹಾಗೂ ಕೆಂಪು ಬಣ್ಣಗಳು ಜನಪದ ಮಹಿಳೆಯರು ಗರತಿಯರು, ಮುತ್ತೈದೆಯರ ಅರಷಿಣ-ಕುಂಕುಮದ ಸಂಕೇತವನ್ನು ಸೂಚ್ಯವಾಗಿ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಅಲಂಕಾರಗೊಂಡ ಗೆಜ್ಜೆನಾದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿ-ಯ ಸಜೀವ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಹಾಕಿರುವ ಸೇವಂತಿಗೆ ಹೂಮಾಲೆ, ತೆಂಗಿನ ಹೊಂಬಾಳೆ, ಹಣೆಗೆ ಹಚ್ಚಿದ ಅರಿಷಿಣ-ಕುಂಕುಮಗಳು ಹಾಗೂ ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಮೀಣ, ಕುಂಬಾರಿಕೆ, ಕಲೆಯನ್ನು ಅದರಲ್ಲೂ ಮಾಡಿದ ಬಣ್ಣ-ಬಣ್ಣಗಳ ಅಲಂಕಾರವು ದೃಶ್ಯಾತ್ಮಕ ಕಲೆಗೆ ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಮೀಣರೂ ನೀಡುವ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಿದೆ. ಹಾಗೂ ಕಬ್ಬು ನಮ್ಮ ಸಮೃದ್ಧಿಯ ಹಸಿರು ಹಾಗೂ ಸಿಹಿ ಸಂಕೇತವಾಗಿದ್ದು, ಇಂತಹ ವಿಶಿಷ್ಟ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನತೆ ಹಾಗೂ ಅವರ ಪೂಜ್ಯ ಗೋಮಾತೆ, ಕುಂಬಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರ ಕಲೆಗಳಾದಿಯಾಗಿ, ಅನೇಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಘಟ್ಟಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ನೀಡುವ ಕೆಲವೊಂದು ಸುರಕ್ಷಾ ಉಳಿತಾಯ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸೌಲಭ್ಯ, ಆಭರಣಗಳ ವ್ಯವಹಾರ ಹೀಗೆ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮ ಸ್ವರಾಜ್ಯವು ಬೆಳಗಲೆಂದು ಗಾಂಧೀಜಿ ಕಂಡ ಕನಸು ನನಸಾಗಿ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ನಾಳಿನ ಉತ್ತಮ ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕೆ ವಾಣಿಜ್ಯ ಹಾಗೂ ವ್ಯವಹಾರಿಕವಾಗಿ ಹಾಗೂ ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೂ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹವನ್ನು ನೀಡುವಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಸಬಲಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ಪಾತ್ರ ಹಿರಿಯದೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾರುತ್ತಲಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಹಳ್ಳಿ ಜನರ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಜೀವಾಳ ಆಗಬೇಕೆಂದು ಹಾಗೂ ಕುಂಬಾರಿಕೆ ಚಿತ್ರಕಲೆ ಮೊದಲಾದಂತಹ ಜನಪದ ಕಲೆ ಗುಡಿ ಕೈಗಾರಿಕೆ ಕಲೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುವಲ್ಲಿ ನಾವು ನಮ್ಮೆಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೂ ಸುರಕ್ಷೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತೇವೆಂದು ಹಾಗೂ ಸಂಕ್ರಾಂತಿಯ ಕೊಡುಗೆಯಾದ ಎಳ್ಳು-ಬೆಲ್ಲ-ಕಬ್ಬು ಹಣ್ಣು, ಹಂಪಲುಗಳು ತೋರಿಸಿ ಸಂಪ್ರದಾಯ ಸಂಕ್ರಾಂತಿ ಹಬ್ಬದ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ನೆನಪಿಸಿ, ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಉತ್ಸಾಹ ಹುಮ್ಮಸು ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಜಾನಪದ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ

ಬೇರುಗಳನ್ನು ಇಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಸಂಪ್ರದಾಯವನ್ನು ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ೧೨: ಕರ್ನಾಟಕದ ಕನ್ನಡಿಗರು ಅನೇಕ ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನ ಜಾತ್ರೆ ಉತ್ಸವಗಳನ್ನು ಬಹು ಶ್ರದ್ಧೆಯಿಂದ ಆಚರಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಬಗ್ಗೆ ನಮ್ಮ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಕಂಡುಬರುತ್ತವೆ. ಕರ್ನಾಟಕ ಪುಣ್ಯಭೂಮಿಯನ್ನು ಆಳಿದ ಅನೇಕ ರಾಜ ಮನೆತನಗಳು ಇಲ್ಲಿನ ಜನತೆಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿ, ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಗೀತ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪಕ್ಕೆ, ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಿರುವುದನ್ನು ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಅಂತಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರತೀಕವಾಗಿ ಹಲವಾರು ರಾಜ ಮಹಾರಾಜರುಗಳು ನಮ್ಮ ಜನತೆಯ ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನ ಉತ್ಸವಗಳ ಆಶೋತ್ತರಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಉತ್ತುಂಗಕ್ಕೇರಿಸಿ ಕೀರ್ತಿಗೆ ಭಾಜನರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ನಮ್ಮ ಕರ್ನಾಟಕದ ರಾಜವಂಶಗಳಾದ ಕದಂಬ, ಗಂಗರು, ಬಾದಾಮಿ ಚಾಲುಕ್ಯ, ರಾಷ್ಟ್ರಕೂಟ, ಕಲ್ಯಾಣಿ ಚಾಲುಕ್ಯರು, ಹೊಯ್ಸಳ, ವಿಜಯನಗರ ಅರಸರು, ಮೈಸೂರು ಅರಸರು ಹೀಗೆ ಸಣ್ಣ ಪ್ರಾಂತ್ಯಾಧಿಕಾರಿಯಿಂದ ಹಿಡಿದು ಚಕ್ರವರ್ತಿಯವರೆಗೆ ಅನೇಕರು ಇಂತಹ ಉತ್ಸವ-ಹಬ್ಬಹರಿದಿನಗಳನ್ನು ಭಕ್ತಿಶ್ರದ್ಧೆಯಿಂದ ನೆರವೇರಿಸಿ ಆಚರಣೆಗೆ ತರುವ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಬೇರೂರಲು ಕಾರಣೀಕೃತರಾಗಿದ್ದಾರೆ.



ಒಂದೊಂದು ರಾಜ ಕುಟುಂಬದವರು ಒಂದೊಂದು ಹಬ್ಬ-ಹರಿದಿನ, ಜಾತ್ರೆ-ಉತ್ಸವಗಳನ್ನು ವಿಶೇಷ ಆಸಕ್ತಿಯಿಂದ ಆಚರಿಸುತ್ತಿದ್ದದ್ದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದ ವಿಷಯ. ಅದರಲ್ಲೂ ವಿಜಯನಗರ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯದ ರಾಜ-ಮಹಾರಾಜರುಗಳು ಅಲ್ಲಿ ಮಹಾನವಮಿಯನ್ನು ವಿಶೇಷ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಚರಿಸಿ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಮೆರೆಸುತ್ತಿದ್ದುದು. ಮಹಾನವಮಿ ದಿಬ್ಬ ಎಂದೇ ಎಲ್ಲರೂ ಒಂದೆಡೆ ಸೇರಿ ಆಚರಿಸುವ ನವರಾತ್ರಿಯನ್ನು ದೀಪಾವಳಿಯನ್ನು ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಹಬ್ಬಗಳನ್ನು ಭಕ್ತಿ ಶ್ರದ್ಧೆಯಿಂದ ಆಚರಿಸುತ್ತಾ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಿದ್ದಾರೆ ಉಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಮೈಸೂರಿನ ಅರಸರಂತೂ ದಸರಾ ಉತ್ಸವವನ್ನು ವಿಶೇಷವಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಚರಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಕುರುಹು ಇಂದಿಗೂ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಇಂದಿಗೂ ನಾಡಹಬ್ಬ ದಸರಾ ಪ್ರಸಿದ್ಧಿಯಾಗಿದೆ

ಹಾಗೂ ಈ ಉತ್ಸವದ ಆಚರಣೆಗಾಗಿ ನಾನಾ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು ಅನೇಕ ದೃಶ್ಯಾತ್ಮಕ ಜನಪದಕಲೆಗಳ ಸಂಗಮ ಇಲ್ಲಿ ಆರಾಧನೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನತೆಯ ಕೋಲಾಟ, ಕುದುರೆ ಕುಣಿತ, ಡೊಳ್ಳಿನ ಕುಣಿತ, ಮರಗಾಲುಗೊಂಬೆ ಕುಣಿತ, ಚೌಡಿಕೆ, ಸಮಾಳ, ವಾದ್ಯಗಳ ನುಡಿಸುವಿಕೆ ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ರೀತಿಯಾದ ವೈಭವ ಮೆರೆಸುವ ಆನೆಗಳಿಗೂ ಬಣ್ಣ ಬಣ್ಣದ ಜುಲಹಾರೆ ಚಿನ್ನದ ಅಂಬಾರಿಯಲ್ಲಿ ಕೂತು ಕವಾಯತು ನಡೆಸುವಿಕೆ ನಮ್ಮ ದಸರಾ ಉತ್ಸವ ಇಡೀ ವಿಶ್ವಕ್ಕೆ ಪರಿಚಯವಾಗುತ್ತದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ. ಹೀಗೆ ಅರಮನೆಯನ್ನು ಕೂಡ ಬಣ್ಣ-ಬಣ್ಣಗಳಿಂದ ವಿದ್ಯುತ್ ಬಲ್ಬ್‌ಗಳಿಂದ ಅಲಂಕಾರಗೊಳಿಸಿ, ರಾಜರ ಆಳ್ವಿಕೆಯನ್ನೇ ನೆನಪಿಸುವ, ಪ್ರಾಚೀನ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಮೆರೆಸುವ ಹಾಗೂ ದೈವಪ್ರಜ್ಞೆ ಮೂಡಿಸುವ, ಅನೇಕ ದೇವಾಲಯಗಳಿಗೆ ವಿಶೇಷ ಅಲಂಕಾರ ಪೂಜೆ-ಪ್ರಸಾದ, ನೈವೇದ್ಯ, ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಹಭೋಜನ ಇವೆಲ್ಲಾ ನಮ್ಮ ಜನಮಾನಸದಲ್ಲಿ ನೆಲೆಸಿದ್ದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸಾಮೂಹಿಕ ಆರಾಧನೆ ಹಾಗೂ ದೈವಕೃಪೆಗೆ ಪಾತ್ರರಾಗುವ ಮಾರ್ಗವೆಂದು ಇಲ್ಲಿನ ದೃಶ್ಯ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು ಹಾಗೂ ಇಲ್ಲಿ ಎಲೆ ಅಡಿಕೆ ಮೆಲ್ಲುತ್ತಾ ನಿಂತು ನೋಡುವ ಜನತೆಗೆ ಹಿರಾಮಸಾಲ ಅಡಿಕ (ಪಾನಮಸಾಲ) ಈ ಹಿಂದಿನ ವೈಭವವನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ (ಮೆಲುಕು ಹಾಕುತ್ತದೆ). ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನಗರವಾದ ಮೈಸೂರು ದಸರಾದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವು ಹಿರಾ ಬಾಬಾದೊಂದಿಗೆ ಭರ್ಜರಿಯಾಗಿ ಹಬ್ಬವನ್ನು ಆಚರಿಸಿರಿ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಇಡೀ ಜಾಹಿರಾತು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಬ್ಬದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ರಚನೆಗೊಂಡಿದೆ. ಎಲೆ-ಅಡಿಕೆ ತಿನ್ನುತ್ತ ಮನುಷ್ಯ ಗತವೈಭವದ ನೆನಪುಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಈ ಹಿರಾಮಸಾಲಾ ಅಡಿಕೆ ಮೆಲ್ಲುತ್ತಾ ನೀವು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವೈಭವವನ್ನು ಹಿಂದಿನ ರಾಜ ಮಹಾರಾಜರ ಕಾಲದ ಉತ್ಸವ, ಆಚರಣೆಗಳನ್ನು ಮೆಲುಕು ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೩: ಭಾರತ ದೇಶವು ಹಲವು ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳ ತವರೂರು ಇಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಜಾತಿ, ಧರ್ಮ, ಕುಲ, ವರ್ಗ, ಪಂಗಡಗಳು ಜೀವಂತವಾಗಿ ನೆಲೆಸಿದ್ದು, ನಮ್ಮ ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ದೇಶದ ವಿಶೇಷತೆ ಇದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಕೂಡ ಇಂತಹ ಸಹಜೀವನ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ ಮತ್ತು



ಧರ್ಮ ಸಮನ್ವಯತೆಯನ್ನು ಎತ್ತಿ ಹಿಡಿಯುವ ಮೂಲಕ ಎಲ್ಲ ಧರ್ಮಗಳ ಸಾರ ಒಂದೇ ಎಂದು ತಿಳಿಸುವಂತಿದೆ. ವಿಧಾನ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಇದ್ದರೂ ಉದ್ದೇಶ ಮಾತ್ರ ಒಂದೇ ಎನ್ನುವ ಸಾರಾಂಶವು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಹೇಗೆ ನಮ್ಮ ಧರ್ಮ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳು ಸಮಾನವಾಗಿವೆ, ಮನಸ್ಸು ಸಹ ಹಾಗೆ ಇರಬೇಕೆಂದು ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸಲಾಗಿದೆ. ಬಿ.ಎಂ.ಶ್ರೀ ಹೇಳುವಂತೆ 'ಅವಳ ಉಡುಗೆ ಇವಳಿಗಿಟ್ಟು ಇವಳ ಉಡುಗೆ ಅವಳಿಗಿಟ್ಟು ಹಾಡ ಬಯಸಿದೆ ನೋಡಬಯಸಿದೆ' ಎಂಬಂತೆ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ವಿಭಿನ್ನ ಧರ್ಮದ ಶೈಲಿಯ ಉಡುಗೆ ತೊಡುಗೆಯನ್ನು ಅದಲು ಬದಲು ಮಾಡಿ ನೋಡಿದ ಅನುಭವಿಸುವ ಸವಿ, ಸುಖವು ವರ್ಣನಾತೀತ.

ಆದರೆ ಸೋನಿ ಕಂಪನಿಯ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ವಿಭಿನ್ನವಾದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯುಳ್ಳ ಹಿಂದು–ಮುಸ್ಲಿಂ ಧರ್ಮಗಳ ಸಾರ ಒಂದೇ ಆ ಭಗವಂತ, ಅಲ್ಲಾಹ ಯಾರನ್ನು ಆರಾಧಿಸಿ ಮೋಕ್ಷ ಪಡೆಯುವುದೇ ಆಗಿದೆ. ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಧರ್ಮದ ತಿರುಳು ಬಿಟ್ಟು ಕೊಡುವಿರಾ? ಎಂದು ಪ್ರಶ್ನಿಸುವ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಇನ್ನೊಂದು ಧರ್ಮದ ಮೂಲ ಅರಿಯುವ ತವಕ ಹೆಚ್ಚಾಗಿಸುತ್ತದೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಪ್ರಿಯಾಂಕ ಹಿಂದುವಾಗಿದ್ದರೂ ಅಲ್ಲಾಹನನ್ನು ಎರಡು ಕೈಗಳಿಂದ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ನಮಾಜು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾಳೆ. ಜೀನತ್ ಕೂಡ ಮುಸ್ಲಿಂ ಸಮುದಾಯದವಳಾಗಿದ್ದು, ತನ್ನ ವಿಶಾಲ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಹಿಂದುವಿನಂತೆ ಕೈ ಜೋಡಿಸಿ ಭಗವಂತನನ್ನು ನಮಸ್ಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾಳೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಧಾರ್ಮಿಕ ಆಚರಣೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣುವ ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸಹಜೀವನ, ಸಹಕುಟುಂಬ, ಸಹಕಾರವು ನಮ್ಮ ನೈಜ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಸಮೃದ್ಧಿಯಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಜನಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂತಹ ಧರ್ಮ ವೈಶಾಲ್ಯತೆ, ಜಗತ್ತಿನ ಎಲ್ಲಾ ದೇಶದ ಜನತೆಯಲ್ಲೂ ಮೂಡಲಿ, ಒಬ್ಬರನ್ನೊಬ್ಬರು ಧರ್ಮದ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಶೋಷಣೆ ಮಾಡುವ, ನಿಂದಿಸುವ, ಘರ್ಷಣೆಯು ನಿಲ್ಲಲಿ, ಧರ್ಮ ವೈಶಾಲ್ಯತೆ ಮನೋಭಾವ ಮೂಡಲಿ, ಪರಸ್ಪರರು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಧರ್ಮ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳ ಗಡಿಮೀರಿ ಇನ್ನೊಂದು ಮತ್ತೊಂದು ಮಗದೊಂದು ಧರ್ಮಗಳ ಸಾರ ಸವಿದು ಹೃದಯ ವೈಶಾಲ್ಯತೆಯನ್ನು ಬೆಳಸಿಕೊಂಡು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಎಲ್ಲಾ ಧರ್ಮಗಳ ಸಾರ ಲಭ್ಯವಾಗಲಿ ಬದುಕುವ ಹಕ್ಕು ಧಾರ್ಮಿಕ ಹಕ್ಕು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ನೀಡಲಿ ಎಂಬ ಆಶಯವನ್ನು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರವು ಪ್ರದರ್ಶನ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಧಾರ್ಮಿಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಸಹೋದರತ್ವ, ಭ್ರಾತೃತ್ವ ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಎಚ್ಚರಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಕೇವಲ ವೇಶಭೂಷಣಗಳಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ನಮ್ಮ ಚಿಂತನಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವೂ ಕೂಡ ಬದಲಾಗಬೇಕು ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಒತ್ತು ಕೊಟ್ಟು ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ, ಇಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿದ ಇಬ್ಬರು ಯುವತಿಯರು ತಮ್ಮ ಚಿಂತನಾ ಕ್ರಮವನ್ನೇ ಬದಲಾಯಿಸಿರುವುದು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಅವರು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ.

ಹೀಗೆ ನಾವು ನಮ್ಮ ಜಾತಿ, ಮತ, ಧರ್ಮ, ಪಂಗಡ, ಭಾಷೆಗಳೆಂಬ ಗಡಿಯನ್ನು ಮೀರಿ ವಿಶ್ವ

ಮಾನವ ವಿಶ್ವಚೇತನವನ್ನು ಪಡೆದು, ಅನಿಕೇತನರಾಗಬೇಕು ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಸಂದೇಶ ಸಾರಲಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಸಮಾಜವನ್ನು ಕಟ್ಟುವ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜದ ಪುನರ್ ಸಂಘಟನೆಗೆ, ಐಕ್ಯತೆಗೆ, ಮಾನವೀಯ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಜನರಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಸಲು ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸಲು ಸಹಕಾರ ನೀಡುತ್ತಲಿವೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೪: ಯುಗಾದಿ ಸಡಗರ ಸಂಭ್ರಮಗಳನ್ನು ನೋಡಬೇಕಾದರೆ ನಾವು ಹಳ್ಳಿಗೆ ಹೋಗಬೇಕು. ಅಲ್ಲಿ ಯಾವ ವಿಧಿ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಆಧುನಿಕತೆ ಪಡೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲದೇ ಗ್ರಾಮೀಣರ ಪರಿಸರ ತಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಧಿಯೊಳಗೆ ಹೊಸಜನ್ಮ ಪಡೆಯಲು ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನಗಳ ಆಚರಣೆ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪುನರುತ್ಥಾನಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನೆರವೇರುತ್ತದೆ.

ಕವಿ ಬೇಂದ್ರೆಯವರು 'ಯುಗಯುಗಾದಿ ಕಳೆದರೂ ಯುಗಾದಿ ಮರಳಿ ಬರುತ್ತಿದೆ' ಎಂದು ಬೇಡುವ ಹಾಡುವ ಕವಿವಾಣಿಗೆ ಯುಗಾದಿ ಚೈತನ್ಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಯುಗ ಎಂದರೆ 'ನೂತನ ವರ್ಷ' 'ಆದಿ' ಆರಂಭ ಎಂಬ ಅರ್ಥಗಳು ಇವೆ. ಈ ಋತುವಿನಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಚಿಗುರು ಹಸಿರುಟ್ಟು ಭೂರಮೆ, ಕೋಗಿಲೆಗಳ ಇಂಚರ ಕೇಳಿದಾಗ 'ಆನಂದಮಯ ಈ ಜನ್ಮ ಹೃದಯ ಏತಕೆ ದಯಿಮಣ್ಣೋ' ಎಂದು ಸತ್ಯತೆ ಅರಿವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಭ್ಯಂಜನ ಸ್ನಾನ ಮಾಡಿ ಹೊಸ ಬಟ್ಟೆಯನ್ನು ಉಟ್ಟುಕೊಂಡು ನೂತನ ವರ್ಷವನ್ನು ಎದುರು ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿಯೂ ಮಹಿಳೆಯರು ಯುಗಾದಿಯ ವಿಶೇಷ ಪೂಜೆ ಸಲ್ಲಿಸಿ ಹೊಸ ವರ್ಷದ ಆಗಮನಕ್ಕಾಗಿ ಜಾತಕ ಪಕ್ಷಿಗಳ ಹಾಗೆ ನೋಡುತ್ತಾ ಹರ್ಷಚಿತ್ತರಾಗಿ ಭಕ್ತಿ ಆಡಂಬರಗಳನ್ನು ಮೆರೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಸುಖ-ದುಃಖ, ಬೇವು-ಬೆಲ್ಲ, ನೋವು-ನಲಿವು, ಹಗಲು-ರಾತ್ರಿಗಳು, ರಾಗ-ದ್ವೇಷ, ಲಾಭ-ನಷ್ಟ, ಇವನ್ನು



ಸಮಾನ ಮನೋಭಾವದಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಸಾಮರಸ್ಯದ ಜೀವನಕ್ಕೆ ನಾಂದಿ ಹಾಡುವುದೇ ಯುಗಾದಿಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ.

ಇಲ್ಲಿನ ಸುಮಂಗಲೆಯರು ತುಳಸಿ ಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪೂಜಿಸಿ ತಮ್ಮ ಭಕ್ತಿ ಸಮರ್ಪಣೆ ಮಾಡಿ ದೀಪ, ಧೂಪ, ನೈವೇದ್ಯಗಳಿಂದ ಬೇವು ಹಾಗೂ ಬೆಲ್ಲದ ಅಚ್ಚುಗಳನ್ನು ಅರ್ಪಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅಲಂಕೃತ ದೀಪಗಳಿಂದ ಅವರು ತಮ್ಮ ಭಕ್ತಿ ಸಮರ್ಪಣೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಂತಹ ಒಂದು ಸಂಪ್ರದಾಯವನ್ನು ನಾವು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಅದು ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪರಿಚಯ ಇಂದಿನ ಯುವಪೀಳಿಗೆಗೆ ಪರಿಚಯಿಸಿದಂತೆ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ದೇವರ ಮುಂದಿಡುವ ಎರಡು ದೀಪಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡು ಚಿಕ್ಕ ಪ್ರಮಾಣದ ಇನ್ನೊಂದು ದೊಡ್ಡ ದೀಪ, ಮುಂದೊಂದು ತಾಮ್ರದ ತಂಬಿಗೆಗೆ ಗಂಗೆಯನ್ನು ಪೂಜಿಸಿ ಪರಸ್ಪರ ಅಕ್ಕ ತಂಗಿಯರು ತಮ್ಮ ಭಕ್ತಿ ಸಮರ್ಪಣೆ ಮಾಡಿ ಯುಗಾದಿಯ ಹೊಸ ಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಪೂರ್ಣ ಭಾರತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ನಂಬಿಕೆ ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಆಚಾರ, ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕ ಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಯುಗಾದಿಯ ಶುಭಾಶಯ ಕೋರುತ್ತಲಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಸಿಂಡಿಕೇಟ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ತನ್ನ ಸಂತೋಷವನ್ನು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನಂಬಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ಇಲ್ಲಿ ತೋರ್ಪಡಿಸಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೫: ಚೈತ್ರ ಶುದ್ಧ ಪಾಡ್ಯಮಿಯಂದು ಯುಗಾದಿ ಬರುವುದು, ಯುಗಾದಿಯಿಂದಲೇ ನಮ್ಮ ವರ್ಷ ಆರಂಭವಾಗುವುದು. ಬ್ರಹ್ಮ ದೇವನು, ಈ ಜಗತ್ತನ್ನು ಚೈತ್ರ ಶುದ್ಧ ಪ್ರಥಮ ದಿನದಂದು



ಸುರ್ಯೋದಯದ ಕಾಲಕ್ಕೆ ಸೃಷ್ಟಿಸಿದ ಕಥೆ ಪುರಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಚೈತ್ರ ಮಾಸದಿಂದ ಹೊಸ ವರ್ಷದ ಗಣನೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿದ್ದು, ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದ ವಿಚಾರವಾಗಿದೆ. ಈ ದಿನವನ್ನು ಮೊದಲ ದಿನ, ಆರಂಭದ ಹೊಸದಿನ ಎಂದೂ ಮಂತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ವರ್ಷವು ರಥವೆಂದೂ ಉತ್ತರಾಯಣ, ದಕ್ಷಿಣಾಯಣಗಳು ಚಕ್ರ ಎಂದು ವರ್ಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹೊಸ ವರ್ಷದ ಆಚರಣೆ ಎಲ್ಲಾ ಜನಾಂಗಗಳಲ್ಲಿ ಉಂಟು. ರೋಮನ್ನರಿಗೆ ಜನವರಿ ಮೊದಲ ದಿನವಾದರೆ, ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯರಿಗೆ ಜನವರಿ ಒಂದನೇ ತಾರೀಖು ಹೊಸ ವರ್ಷ ಆರಂಭದ ಸಂಕೇತವೆನಿಸುತ್ತದೆ.

ಹಿಂದೆ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತವನ್ನು ಆಳುತ್ತಿದ್ದ, ಶಾಲಿ–

-ವಾಹನರು ತನ್ನ ವಿಜಯದ ಸಂಕೇತವಾಗಿ ಶಾಲಿವಾಹನ ಶಕೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರೂ ಚೈತ್ರ ಶುದ್ಧ ಪ್ರಥಮದಂದು ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದವರು ವಿಶೇಷ ಚಂದ್ರಮಾನ ಯುಗಾದಿ ಆರಂಭಿಸುವರು. ಯುಗಾದಿಯು ಹೊಸ ವರ್ಷದ ಪ್ರಾರಂಭದ ಮೊದಲ ದಿನವಾಗಿದೆ. ಬೇವು ಬೆಲ್ಲ ಸೇವನೆ ಅತ್ಯಂತ ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುವ, ಯುಗಾದಿ ದಿನ ಮಹಿಳೆಯರು ಅಭ್ಯಂಜನ ಸ್ನಾನಮಾಡಿ, ವಿಶೇಷ ಪೂಜೆ, ನೈವೇದ್ಯ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ನಡೆಸಿ ಗುರುಹಿರಿಯರಿಗೆ ನಮಸ್ಕರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆದಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ವರ ಆಯುರಾರೋಗ್ಯ ಐಶ್ವರ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮಹಿಳೆಯರು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಮನೆಗಳಲ್ಲಿ (ತವರು ಮನೆ/ಗಂಡನ ಮನೆಯಾದರೂ ಸರಿ) ಸುಖ ಸಂತೋಷ ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾ ಏಕಾಗ್ರತೆಯಿಂದ ಪೂಜೆ ಮಾಡಿ ದೀಪ ಬೆಳಗಿ ದೇವರ ಸಮ್ಮುಖದಲ್ಲಿ ಬೇವು ಬೆಲ್ಲ ಎಡೆಮಾಡಿ ತಮ್ಮ ಭಕ್ತಿ ತನ್ಮಯತೆಯನ್ನು ಮೆರೆಸುತ್ತಾ ಸದಾ ಹಸನ್ಮುಖಿಯಾಗಿ ಮೈತುಂಬಾ ಹೊಸ ಸೀರೆ ಹೊದ್ದು, ಹೂ ಮುಡಿದು, ತನ್ನ ಪೂಜಾ ವಿಧಿ-ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಹೆಸರಿನ ದೇವರ ಆರಾಧನೆ ಮಾಡಿ ಹಸನ್ಮುಖಿಯಾಗಿ ಹೊಸ ವರ್ಷ ಸ್ವಾಗತಿಸುವ ಈ ಮಹಿಳೆ ಇವಳ ಯುಗಾದಿಯ ಸಂಭ್ರಮ ಹೇಳತೀರದು. ಇಂತಹ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಹಬ್ಬದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ಆಧುನಿಕತೆ ಬಂದರೂ ಭಾರತೀಯರು ಇನ್ನೂ ಹಬ್ಬ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಆರಾಧಿಸುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿನ ದೃಶ್ಯವೇ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ಧರ್ಮ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳು ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಎತ್ತಿಹಿಡಿಯುತ್ತಲಿವೆ ಎನ್ನುವ ಸಂಗತಿ ಸಂತಸದಾಯಕವಾಗಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೧೬: ಇಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಧ್ಯಾನಿಸುವಂತೆ ಕೊತಿದ್ದಾನೆ ವಿಧಾನದಿಂದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರಾಚೀನತೆಗೆ ಈ ಚಿತ್ರ ಕನ್ನಡಿ ಹಿಡಿದಂತಾಗಿದೆ. ಅಂತಹ ವಿಶೇಷ ಧ್ಯಾನಕ್ಕೆ ಅಗರಬತ್ತಿ (ಸೈಕಲ್ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್) ಕೂಡ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂತಹ ಅಂತರಂಗದ ಶುದ್ಧಿಗಾಗಿ ಧ್ಯಾನ ಭಕ್ತಿ ಇರಲೇಬೇಕು. ಅಂತಹ ಧ್ಯಾನ ಭಕ್ತಿಯಿಂದ ವೈರಾಗ್ಯವನ್ನು ಪಡೆದು ಮುಂದಿನ ತಲೆಮಾರಿಗೂ ಚಿಕ್ಕ ಮಕ್ಕಳಿಗೂ ದೈವಪ್ರಜ್ಞೆ ಮೂಡಿಸಿ ತನ್ಮಯತೆಯಿಂದ ಬಾಳಿ ಬದುಕ ಬೇಕೆಂದು ನಾವು ನಮ್ಮ ಯುವ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಜನಾಂಗಕ್ಕೆ ನೀಡುವ ಸಂದೇಶವು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಲ್ಲದೇ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಸಾಗಿಸುವ ಒಳ್ಳೆಯ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಎಳೆಯ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ತಿಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ತಾಯಿ ತನ್ನ ಮಾತೃ ವಾತ್ಸಲ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಮಗುವಿಗೆ ಚಿಕ್ಕಂದಿನಲ್ಲೇ ಪೂಜೆ, ಧ್ಯಾನ, ಪ್ರಾರ್ಥನೆಗಳನ್ನು ಕಲಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಗುವಿನ ಅಂತರಂಗವು ಅರಳಿ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ವಿಕಸನವಾಗಲು ಮನೆಯೇ ಮೊದಲ ಪಾಠಶಾಲೆಯಾಗಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಧ್ಯಾನಶುದ್ಧಿಗಾಗಿ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದಾಯಕವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಹಿರಿಯರಿಂದ ಆಚಾರ–ವಿಚಾರ, ಗುಣ ಸ್ವಭಾವಗಳನ್ನು ಹಾಗು ಉಡುಗೆ ತೊಡುಗೆ, ತಿಂಡಿ ತಿನಿಸು, ಉಟೋಪಚಾರಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯುವ ಮಗು ತನ್ನ ಅಂತರಂಗದ ಆಧ್ಯಾತ್ಮ ಕುಸುಮವು ಅರಳಲು ಹಿರಿಯರಂತೆ ತಾನೂ ಪೂಜೆ ಮಾಡುವ, ಗಂಟೆ ಬಾರಿಸುವ, ಕರ್ಪೂರ, ಊದುಬತ್ತಿ ಬೆಳಗುವ, ನೈವೇದ್ಯ ಅರ್ಪಿಸಿ, ದೇವರ ಮುಂದೆ ಕಣ್ಮುಚ್ಚಿ ಕುಳಿತು ಧ್ಯಾನಿಸುವ ಪ್ರಾರ್ಥಿಸುವ, ಅಂತರಂಗ ಶುದ್ಧ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ದೈವೀಗುಣವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ದರ್ಶಿಷಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಅಗರಬತ್ತಿಯ ಕಂಪನಿಯವರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಬಳಸಿದರೆ ಅಂತಹ ಧ್ಯಾನ, ಭಕ್ತಿ, ಪ್ರಾರ್ಥನೆ ಮಾಡುವ ಧೈವಸಾನಿಧ್ಯ ಪಡೆಯುವ ಆಧ್ಯಾತ್ಮ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುವುದಾಗಿದೆ ಎಂದು ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗಿದೆ. ಲಿಯಾ ಹಾಗೂ ಸೈಕಲ್ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ ಇಲ್ಲಿ 'ಲಿಯಾ' ಕಂಪನಿಯು ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿಗೆ ವಿಶೇಷ ಕಾಳಜಿವಹಿಸಿ ಅದರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಧ್ಯಾನ ಮಾಡುವಂತಹ ಚಿತ್ರ ನೀಡಿದೆ. ಇಂದು ಕಡೆಗಣಿಸಲ್ಪಟ್ಟ, ತುಳಿತಕ್ಕೆ ಒಳಗಾದ, ಶೋಷಣೆಗೆ ಒಳಗಾದ ಮಗುವಿಗೆ ಧ್ವನಿಯಾಗಿ ನೆರವು ನೀಡಿ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳು ಬದುಕುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಪ್ರಾರ್ಥಿಸುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಎತ್ತಿ ಹಿಡಿಯುವ ಮೂಲಕ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಶಕ್ತಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಆತ್ಮ ಸ್ಥೈರ್ಯ ನೀಡಿದೆ ಮತ್ತು ಪುರುಷ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಸವಾಲಾಗಿ ಬದುಕುವ, ಬದುಕನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸ ಕೊಡಲೆಂದು ದೇವರನ್ನು ಪ್ರಾರ್ಥಿಸುವ, ಬೇಡುವ ಹಾಗೂ ಧೈವೀಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಚಿತ್ರಣ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಬಂದಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಮಹಿಳೆಯ ಧ್ವನಿಯಾಗಿದೆ, ಧೈರ್ಯವಾಗಿದೆ, ಅವಳ ಧೈವೀಶಕ್ತಿಗೆ ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು.

ಚಿತ್ರ ೧೭: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಾಂದ್ರಮಾನ ಯುಗಾದಿಯ ಆಚರಣೆಗೆ ಜನತೆಗೆ ಶುಭಾಶಯಗಳನ್ನು ಕೋರುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಹೊನ್ನಬಣ್ಣದ ಆಕಾಶದಲ್ಲಿ ಬಂಗಾರದ ಕಳೆಗಟ್ಟಿದ ಮೋಡಗಳ ಮನಮೋಹಕ ದೃಶ್ಯದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಅಂದ ಚೆಂದ ಸವಿಯುತ್ತ ಹೋದರೆ ಸಮಯ ಸಾಕಾಗದು, ಆದರೂ ಅಂತಹ ಹೊನ್ನ ಮೋಡಗಳ ರಾಶಿ ಕಡೆ ಕಣ್ಣಾಡಿಸಿದಾಗ ಅಲ್ಲೇ ನಿಂತು ಇಣುಕಿ ನೋಡುತ್ತಿರುವ ಚಂದಮಾಮ ಬೆಳ್ಳಿಯ ಗೆರೆಯಂತೆ ಬಂಗಾರದ ಮೋಡಕ್ಕೆ ಕಳೆತಂದಿರುವುದು ಇನ್ನೊಂದು ಹೆಮ್ಮೆಯ ಸಂಗತಿಯಲ್ಲವೇ?



ಈ ನಯನಮನೋಹರ ದೃಷ್ಟಿ ಕೊನೆಗೂ ಭೂಮಿಗಿಳಿದು ಇಲ್ಲಿನ ಜನಮನೋಧರ್ಮವನ್ನು ಸೂರೆಗೊಂಡ ಬೇವು, ಮಾವು, ವೃಕ್ಷ ಸಂಪತ್ತಿನೆಡೆಗೆ ದೃಷ್ಟಿ ಹಾಯಿಸುತ್ತಾ ಯುಗಾದಿಯ ಬೇವು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಮನೆ–ಮನ ಆಕರ್ಷಿತಗೊಂಡು ನಮ್ಮ ದೈಹಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ವೃದ್ಧಿಸುವುದು. ದೇಹದ ಒಳಗಿರುವ ಕ್ರಿಮಿ, ಕೀಟಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆ ಶಮನಗೊಳಿಸಿ ನಮ್ಮ ಆರೋಗ್ಯ ಸಂಪತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಸಿಹಿ ಮಧುರ ಸುಖ ನೀಡುವ ಬೆಲ್ಲ ಹಾಗೂ ಮಾವಿನಕಾಯಿ ಕೆಂಪು ಬಣ್ಣದ ಆಸ್ವಾದನೆ ನಮ್ಮ ನಾಲಿಗೆಗೆ ಹಿತವುಂಟು ಮಾಡಬಲ್ಲದು. ಈ ಚಿತ್ರವು ನಮ್ಮ ಪರಿಸರ ಪ್ರಜ್ಞೆ ಬೆಳೆಸುವಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷ ಆಸಕ್ತಿ ತಳೆದಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ, ನಮ್ಮ ಮಾವು, ಬೆಲ್ಲಗಳ ಬಾಳಿಕೆ ಅವುಗಳ ಉಪಯೋಗ ಹೇಳತೀರದು, ನಮ್ಮ ಸಸ್ಯ ಸಂಪತ್ತು ವೃಕ್ಷ ಸಂಪತ್ತುಗಳು ಮನುಕುಲದ ಉದ್ಧಾರಕ್ಕಾಗಿ ಸಮರ್ಪಣೆಗೊಂಡಿದೆ. ಆದರೆ ನಾವು ಇಂದು ಪರಿಸರವನ್ನು ಹೇಳ ಹೆಸರಿಲ್ಲದಂತೆ ನಾಶ ಮಾಡುತ್ತಾ ನಮ್ಮ ಗೋರಿ ನಾವೇ ತೋಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಈ ಚಿತ್ರವು ಪರಿಸರ ರಕ್ಷಣೆಯ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಂತೆ ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಪರಿಸರ ನಿಸರ್ಗ ಪ್ರೀತಿಸುವ ಗುಣ ಬೆಳೆಸಬಲ್ಲದು.

ಚಿತ್ರ ೧೮: ಈ ಚಿತ್ರವು ಕೂಡ ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯ ಹಬ್ಬಗಳಿಗಿರುವ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಎತ್ತಿ ಹಿಡಿಯುವುದಲ್ಲದೇ, ನಾವು ನಮ್ಮ ಹಬ್ಬಹರಿದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡುವ ವಿಶೇಷ ಪೂಜೆ, ಧ್ಯಾನ, ಪ್ರಾರ್ಥನೆ, ಹಾಗೂ ಹಬ್ಬದ ಪ್ರಯುಕ್ತ ವಿಶೇಷ ತಿಂಡಿ ತಿನಿಸು ತಯಾರಿಸಿ ಮನೆಯನ್ನೇ ಬೆಳಗುವ ಮನವನ್ನು ತಣಿಸುವ ಮನೆಯ ಒಡತಿಗೆ ನಾವು ಏನಾದರೂ ಉಡುಗೊರೆ ಕೊಡಬೇಡವೇ?ನಮ್ಮ ಧರ್ಮಪತ್ನಿ ಇಡೀ ಮನೆಯ ಬೆಳಕಾಗಿ ಮಕ್ಕಳು ಮರಿಗಳನ್ನು ಆರೈಕೆ ಮಾಡಿ ಮನೆಯ ಶೋಭೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಹಗಲಿರುಳು ಗಂಡ–ಮಕ್ಕಳು ಹೀಗೆ ತನ್ನ ಜೀವಮಾನ ಪೂರ್ತಿ ಸಂಸಾರ ಸಾಗಿಸುವ ಹೆಂಡತಿಗೆ ಗಂಡನಾದವನು ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನಗಳಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅದರ



ಸವಿನೆನಪಿಗಾಗಿ ಪತ್ನಿಗೆ ಸೇವಾ ಪರಂಪರೆಗಾಗಿ ಏನಾದರೊಂದು ಕಾಣಿಕೆ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಕೊಡಲು ಸತಿ-ಪತಿ ಇಬ್ಬರೂ ಸಂತೋಷದಿಂದಿರಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಹಾಗೂ ಅವಳು ಇನ್ನೂ ಹಿಗ್ಗಿ ತನ್ನೆಲ್ಲಾ ನೋವು ಮರೆತು ಮತ್ತಷ್ಟು ಚುರುಕಾಗಿ, ಲವಲವಿಕೆಯಿಂದ ಇಡೀ ಮನೆಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಎಡೆಬಿಡದೆ ಮಾಡುತ್ತಾ ಇಡೀ ಸಂಸಾರ, ಕುಟುಂಬದ ಕಣ್ಣಾಗಿ ಸೇವೆಗೈಯುವ ಪತ್ನಿಗೆ ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನಗಳೆಂದರೆ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಕುಟುಂಬದ ಕಣ್ಣಾಗಿರುವ ಧರ್ಮಪತ್ನಿಗೆ ಧರ್ಮದ ಕಾಣಿಕೆ ನೀಡಿದಾಗ ಆಕೆ ಭಯಭಕ್ತಿಯಿಂದ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾಳೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಅವಳ ಕೈಗಳು ಸುಂದರವಾಗಿ ಅಲಂಕಾರಗೊಂಡಿದೆ. ಅವಳು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡ ಬಳೆಗಳು, ಕೈಗೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಮದರಂಗಿಯ ಚಿತ್ತರ ನೋಡುಗರ ಮನಸ್ತಲದಿಂದ ಮರೆಯಲಾಗದು. ಅವಳ ಹಸಿರು ರೇಷ್ಮೆ ಸೀರೆಯಂತು ಸಮೃದ್ಧಿಯ ಸಂಕೇತ, ತಾಯ್ತನದ ಸಂತೋಷವನ್ನು ಆ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯ ನಾರಿಯ ಪೂಜ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಸಾರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಭಾರತೀಯರ ಹಿಂದು ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೯: ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಹಬ್ಬಗಳ ಆಚರಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ. ಪಂಚಮಿ, ದಸರ, ದೀಪಾವಳಿ, ಯುಗಾದಿ ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಹಬ್ಬಗಳು ಒಂದರ ಹಿಂದೊಂದು ಬರುವುದನ್ನೇ ನಾವು ಕಾಯುತ್ತೇವೆ. ದೀಪಾವಳಿ ನಾಡಿಗೇ ದೊಡ್ಡ ಹಬ್ಬವೆಂದು ಅದರ ಆಚರಣೆಗೆ ನೆಂಟರಿಷ್ಟರನ್ನು ಕರೆದು ಸಂಭ್ರಮ ಸಡಗರ ಪಡುವುದಲ್ಲದೇ, ಸಂಜೆ ಮುತ್ತೈದೆಯರು ದೀಪ ಬೆಳಗಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದೆಡೆಯಾದರೆ ಸಣ್ಣಮಕ್ಕಳು ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ಪಟಾಕಿಗಳನ್ನು ಮೊದಲೇ ತರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು ಹಬ್ಬದ ದಿನದಂದು ಸಂಜೆ ತಿರುಗುವ ಭೂ ಚಕ್ರ, ಹೂವಿನ ಕುಂಡ, ದೀಪದ ಬೆಳಕು, ಬಣ್ಣ ಬಣ್ಣಗಳಲ್ಲಿ ಹೊಮ್ಮುವ ಬಣ್ಣದ ಕಡ್ಡಿಗಳು ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ವಿದ್ಯುತ್ ದೀಪದ ಶೋಭಾಯಮಾನವಾದ ಆಕಾಶದ ಎತ್ತರಕ್ಕೆ ಏರಿಸಿಕೊಟ್ಟಿರುವ ಆಕಾಶಬುಟ್ಟಿ ಹಿರಿಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳು ಮದ್ದು ಸುಡುವ ಚಟುವಟಿಕೆ, ಮಹಿಳೆಯರಂತೂ ಹೊಸ ಬಟ್ಟೆ ಬರೆ, ಸೀರೆ-ರವಿಕೆ ಉಟ್ಟು ತಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ದೀಪಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಇಡೀ ಮನೆಯ ಹೊರಗೆ ಮತ್ತು ಒಳಗೆ ದೀಪಗಳನ್ನು ಅಲಂಕರಿಸುತ್ತ ಸಂಭ್ರಮ ಸಡಗರ ಅನುಭವಿಸುವುದು, ತುಳಸೀ ಕಟ್ಟೆಗೆ ದೀಪ ಇಟ್ಟು



ದೈವೀ ಆಶೀರ್ವಾದ ಬೇಡುವುದು, ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ (ಹಂಚಿನ) ಮಂಗಳೂರು ಹಂಚು ಹೊಂದಿರುವ ಮನೆ ೨-೩ ಚಿಕ್ಕಮಕ್ಕಳು ಮಹಿಳೆಯರು ಹೀಗೆ ಸಡಗರ ಸಂಭ್ರಮದಿಂದ ಆಚರಿಸುತ್ತಿರುವ ದೀಪಾವಳಿಯು ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನತೆಗೆ ಎಲ್ಲಿಲ್ಲದ ಹರ್ಷ, ಸಂಭ್ರಮ, ಸಡಗರ ಹಾಗೂ ಬೀಗರು ನೆಂಟರಿಷ್ಟರು, ಸೇರಿ ಆಚರಿಸುವ ಸಂಭ್ರಮ ಪಡುವ ಹಾಗೂ ಊಟ ತಿಂಡಿತೀರ್ಥಗಳಲ್ಲಿ ಅತಿಥಿಗಳ ಆರೈಕೆ ಮಾಡುವುದು ಹೀಗೆ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಸಂಭ್ರಮ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರತೀಕವಾಗಿದೆ.

ಹೀಗೆ ದೀಪಾವಳಿಯು ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸತ್ವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಲ್ಲ ಹಬ್ಬವಿದು ಅನೇಕ ಬಂಧು-ಬಳಗದವರೊಂದಿಗೆ ಒಟ್ಟಿಗೆ ಸೇರಿ ಬೀಗರು ಒಟ್ಟೊಟ್ಟಿಗೆ ಪ್ರೀತಿಯಿಂದ ನೆಂಟಸ್ಥಿಕೆಯಿಂದ ಎಲ್ಲರೂ ಸೇರಿಕೊಂಡು ಸಿಹಿ, ತಿಂಡಿ, ತಿನಿಸು, ಊಟೋಪಚಾರ, ಹೊಸಬಟ್ಟೆಗಳ, ಸೀರೆಗಳ, ಉಡುಗೆ ತೊಡುಗೆಗಳ ಸಂಭ್ರಮ, ಮುತ್ತೈದೆಯರು ಎಲ್ಲರೂ ಸೇರಿ ಆಚರಿಸುವ ಪೂಜೆ, ವ್ರತ ಹಾಗೂ ದೀಪ ಬೆಳಗಿಸುವಿಕೆ ಇವೆಲ್ಲಾ ನಮ್ಮ ಪ್ರೀತಿಯ ಭಕ್ತಿಯ ದ್ಯೋತಕವಾಗಿದೆ. ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಪಟಾಕಿ ಸಿಡಿಸಲು ಹಿರಿಯರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಶಿಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಧಾರ್ಮಿಕ ಆಚರಣೆಯ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಇಂದಿನ ಅನೇಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಪ್ರಕಟಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಒಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಧಾರ್ಮಿಕ, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಆಧುನಿಕ ಯುವ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಪರಿಚಯಿಸುವಂತೆ ಆಗಬಹುದು.





ಚಿತ್ರ ೨೦: ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರತೀಕವಾದ ದೀಪಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ದೀಪಗಳನ್ನು ಬೆಳಗಿಸುವುದು ಹಾಗೂ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಬೆಳಗುವ ದೀಪದಷ್ಟೇ ಮಹಿಳೆಯರು ಅಂದ ಚೆಂದದ ಆರತಿ ಎತ್ತುವ ಹಾಗೂ ರಂಗೋಲಿಯನ್ನು ಬಣ್ಣ ಬಣ್ಣದ ಚೆಂದ ಚಿತ್ತಾರ ಮೂಡಿಸಿ ಅಂಗಳದ ಅಂದಚೆಂದ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು. ಅದರಲ್ಲೂ ದೀಪಾವಳಿಯ ದೀಪಗಳನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ, ಹಲವು ಹತ್ತು ಬಣ್ಣ ತುಂಬಿ ದೀಪಗಳನ್ನು ಬೆಳಗಿಸಿ ಅಂದ ಚೆಂದಗೊಳಿಸುವ ಈ ರಂಗಿನಾಟದ ರಂಗೋಲಿಯಾಟವು ಅವರವರ ಲಾವಂತಿಕೆಯನ್ನು ಮೆರಸುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ದೀಪಾವಳಿ ಬಂತೆಂದರೆ ಅಂದು ಬೆಳಗ್ಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಮನೆಯಂಗಳದಲ್ಲಿ ಚೆಲುವು ಚಿತ್ತಾರಗಳ

ಬಗ್ಗೆ ಬಗ್ಗದ ರಂಗೋಲಿಯನ್ನು ಹಿರಿಯರು ಕಿರಿಯರೆನ್ನದೇ ವಯೋಮಾನದ ಭೇದ ಮರೆತು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರೂ ಬಲ್ಲವರಿಂದ ಹೇಳಿಸಿಕೊಂಡು ಮೂಡಿಸುವ ರಂಗೋಲಿ ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ತನ್ನದೇ ಆದ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಅಂತಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಹಬ್ಬ ಹರಿದಿನಗಳು ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ತೋರಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಆ ವಿಧಾನಕ್ಕೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಮೆರುಗು ಕೊಟ್ಟಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಮ್ಮ ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಿ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ ೨೧: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ದೀಪಾವಳಿಯ ಸಹಜ ಸಂಭ್ರಮಗಳು ತಾಯಿ ಮಗಳಿಬ್ಬರ ಸಮ್ಮಿಳಿತವಾಗಿದ್ದು, ದೀಪ ಬೆಳಗಿಸುತ್ತಾ ಪುಟಾಣಿ ಮಗಳಿಗೆ ಉತ್ಸಾಹ ಪ್ರೀತಿಯ ಚಿಲುಮೆಯಾದ ತಾಯಿ ಮಗುವಿನ ಮೈಕೈಗೆ ಬೆಂಕಿ ತಾಗಬಾರದೆಂದು ಕಾಳಜಿಯಿಂದ ತಾಯಿಯೇ ಮಗಳಿಗೆ ಬಣ್ಣದ ಹೂವಿನ ಕಡ್ಡಿ, ಮೊತಾಪಿನ ಕಡ್ಡಿ (ಮದ್ದಿನ ಕಡ್ಡಿ)ಯನ್ನು ಹೊತ್ತಿಸಿ ಉರಿಸಿ ಸಂಭ್ರಮ ಪಡುವ ವಾತಾವರಣ ಇಲ್ಲಿದೆ. ಸದಾ ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಇರುವ ನಮ್ಮ ತಾಯಿ ತನ್ನ ಮಗುವಿನ ಸಂಭ್ರಮದಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡು ಅವಳ ಆರೈಕೆ ಲಾಲನೆ ಪಾಲನೆ ಜೊತೆ ಸಂತೋಷದಲ್ಲಿ ಅನುಭವಿಸುವ ಮಾತೆ ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಪೂಜ್ಯಳು. ದೀಪಾವಳಿಯ ಜ್ಯೋತಿ ಬೆಳಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಕಡೆ ಸಂತೋಷ ಮೊಳಗಲು ಹಾಗೂ ಸದಾ ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಹಕರಿಸುವ ನಮ್ಮದೇ ಆದ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಇದು ಎಂದು ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ತಾಯಿ ನೀಡುವ ಶಿಕ್ಷಣವು ಮಗುವಿಗೆ ಬಹುಕಾಲ ನೆನಪು ಉಳಿಯುತ್ತದೆ. ಆ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ದೀಪಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ಮದ್ದು ಸುಡುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ತಾಯಿಯ ಮೂಲಕ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ. ಹಾಗೆಯೇ ಮಾತೃ ದೇವೋ ಭವ ಎಂಬ ದೈವಿಕತೆ ಪ್ರೀತಿ ಮಗುವಿಗೆ ಶ್ರೀ ರಕ್ಷೆಯಾಗಲಿ ಎಂಬ ಹಾರೈಕೆ. ತನ್ನ ಮುದ್ದಿನ ಕೂಸಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ದೀಪದಂತೆ ಬೆಳಗುವುದು ದೀಪಾವಳಿಯ ಕೊಡುಗೆಯಾಗಿದೆ. ಅನೇಕ ವ್ಯವಹಾರ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅಂತಹ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆ ನಡೆಸಲು ನಮ್ಮ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸಿ

ಎಂದು ದೀಪಾವಳಿಯ ಶುಭಾಶಯದೊಂದಿಗೆ ಭಾವಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸಲಾಗುತ್ತಲಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೨೨: ದಾಂಪತ್ಯದ ಸಂಕೇತವಾದ ಮಗು ಅದರ ಮುಗ್ಧತೆ, ತಂದೆ-ತಾಯಿಗಳಿಗೆ ಅದರ ಅನುಭವ, ಎಷ್ಟೊಂದು ಹರ್ಷ, ಉಲ್ಲಾಸವನ್ನುಂಟು ಮಾಡುವುದೆಂದರೆ ಅದಕ್ಕೆ ಬೆಲೆ ಕಟ್ಟಲಾಗದು, ಅಪ್ಪ ಅಮ್ಮನ ಮುದ್ದಿನ ಮಗುವು ಅದರಲ್ಲೂ ಹೆಣ್ಣು ಕೂಸು ನಾವು ರಕ್ಷಿಸಲೇಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇಂದು ಸಂತಾನಹರಣ ಮಾಡುತ್ತಾ ಹೆಣ್ಣಿಗೆ ಹೆಣ್ಣೇ ಶತ್ರುವಾಗಿ, ಹೆಣ್ಣೆಂದರೆ ಮೂಗು ಮುರಿಯುತ್ತಿರಬೇಕಾದರೆ ಅಂತಹ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವು ನಕ್ಷತ್ರದ ಹಾಗೆ ಮಿನುಗಲಿ, ನಮ್ಮ ಮನೆಯ ದೀಪದ ಹಾಗೆ ಬೆಳಕು ನೀಡಲಿ, ಮಗು ಹಣತೆಯಂತೆ ಇಡೀ ನಮ್ಮ ಸಂಸಾರಕ್ಕೆ ಬೆಳ್ಗಾಂತಿಯಾಗಲಿ, ನಮ್ಮ ಬಾಳಿನ ಬದುಕಿನ ಆಸೆ-ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಸ್ಫೂರ್ತಿಯಾಗಲಿ ಸುಖ-ನಲಿವಿನ ಸಂಕೇತವಾಗಿ ಮನೆ ಬೆಳಕಾಗಲಿ ಬೆಳಗಬೇಕು. ದೀಪಾವಳಿ ನಮ್ಮ ಮನೆಯನ್ನು ಮನವನ್ನು ಬೆಳಗಿಸುವ ಹಾಗೂ ಲೋಕ ಕಲ್ಯಾಣವನ್ನು ಮಾಡಿ ನಮ್ಮ ಪ್ರೇಮಜ್ಯೋತಿಯಾಗಿರುವ ನಮಗೆ ಅತೀ ಮುಖ್ಯ ಎನಿಸುವ ಹಬ್ಬ ದೀಪಾವಳಿ ಮನೆಯನ್ನು ಅಲಂಕರಿಸಿರುವ ರೀತಿಯೂ ಮನಸ್ಸಿನ ಸಡಗರವನ್ನು ಸೂಸುವ ನಗುವು ಎಷ್ಟೊಂದು ಮಧುರ ಸುಮಧುರವಾಗಲಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಜೊತೆಗೆ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿಗೆ ಅದರ ಉಜ್ವಲ ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕೆ ಈ ದೀಪಾವಳಿ ಚೆಂಬೆಳಕಾಗಿ ಹೊಂಬೆಳಕಾಗಿ ಬೆಳಗಲಿ ಎಂದು ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೨೩: ಇದು ವಿ-ಗಾರ್ಡ್ ಕಂಪನಿಯ ಜಾಹಿರಾತು. ತನ್ನ ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನ ಎಷ್ಟು ವ್ಯಾಪಕ ಹೊಂದಿದೆ ಅದರ ಅಗತ್ಯತೆ ಎಷ್ಟು ಇದೆ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಚಿತ್ರವೂ ಕೂಡ ಮಹಿಳೆಯೊಬ್ಬಳು ಸಡಗರದಿಂದ ಹೊಸ ಸೀರೆಯುಟ್ಟು ಹಣೆಗೆ ಕುಂಕುಮವಿಟ್ಟು ಬಳೆ-ಆಭರಣಗಳನ್ನು ಧರಿಸಿ ಸಂಭ್ರಮ-ದಿಂದ ಹಬ್ಬ ಆಚರಿಸಲು ದೀಪಗಳನ್ನು ವಿ-ಗಾರ್ಡ್

ಕಂಪನಿಯ ಚಿಹ್ನೆ 'ವಿ' ಆಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಾ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಮುದ ನೀಡುವಂತೆ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೇ ವಿದ್ಯುತ್ ವಾಹಕಕ್ಕೆ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಹಾಗೂ ೧೮ ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೂ ವಿಸ್ತಾರಗೊಂಡಿರುವ ಇದರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಟಿ.ವಿ., ಫ್ಯಾನ್, ರೆಫ್ರಿಜಿರೇಟರ್, ಹೀಗೇ ನಾನಾ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಅತ್ಯವಶ್ಯಕವಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳಲ್ಲದೇ ನಮ್ಮ ಗೃಹಕೃತ್ಯಕ್ಕೂ ಹಿನ್ನೆಡೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಅತ್ಯಂತ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ೧೮ ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಹರಡಿರುವ ವಿ-ಗಾರ್ಡ್ ಶಾಖೆಯು ಎಲ್ಲೆಡೆ ವಿಸ್ತರಿಸಿ ಎಲ್ಲಾ ವಿದ್ಯುತ್ ಉಪಕರಣಗಳಿಗೆ ರಕ್ಷಣೆ ನೀಡುವುದಲ್ಲದೆ, ವಿದ್ಯುತ್ ಹಾಗೂ ದೀಪಗಳ ಬೆಳಕನ್ನು ಸರಿಸಮಾನವಾಗಿ ಹರಡಲಿ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾಳೆ. ದೀಪಾವಳಿಯಂತೆ ವಿ-ಗಾರ್ಡ್‌ನ ಬೆಳಕು (ಶಾಖೆ) ಎಲ್ಲೆಡೆ ಹರಡುತ್ತಲಿದೆ ಎಂದು ಸಾಂಕೇತಿಕವಾಗಿ ತೋರಿಸಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಹೀಗೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಂಪನಿ ಸಹ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನ ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದಕ್ಕೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೨೪: ದೀಪದಂತೆ ನಮ್ಮ ಬಾಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಚಿರಚೇತನದಿಂದ ಚಿರನೂತನದಿಂದ ನಮ್ಮ ಆತ್ಮವೆಂಬ ಜ್ಞಾನದ ಬೆಳಕು ಸದಾ ಬುದ್ಧಿಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊರಹೊಮ್ಮಿಸಲಿ ಶುಭ್ರ ಬೆಳಕಿನ ಆತ್ಮ ಚೈತನ್ಯ ಎಲ್ಲರ ಬಾಳಲ್ಲಿ ಬೆಳಕಾಗಿ ಮೂಡಲಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಜ್ಞಾನವನ್ನು ತೊಲಗಿಸುವ ದೀಪದಂತೆ, ನಮ್ಮ ಮೌಢ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅಳಿಸಿ ವಿಶಾಲವಿಶ್ವ ಪ್ರಜ್ಞೆ ಮೂಡಿಸಿಕೊಂಡು, ಇಹಪರವನ್ನು ಗೆಲ್ಲಲು ನಮ್ಮ ಆತ್ಮಕ್ಕೆ ಧೈರ್ಯ-ಸ್ಥೈರ್ಯ ತುಂಬಿ ನಮ್ಮ ಬದುಕನ್ನು ಬೆಳಕಾಗಬೇಕು. ದೀಪದ ಹಿನ್ನೆಲೆ ತಿಳಿಹಸಿರು ಬಣ್ಣದಿಂದ ಕೂಡಿದ್ದು, ಹಸಿರು ಸಮೃದ್ಧಿಯ ಸಂಕೇತವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಬದುಕು ಸುಖ-ಸಂತೋಷ, ಸಮೃದ್ಧಿಯಿಂದ ಕೂಡಿರಲಿ ಎಂದು ಹಾರೈಸುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ ೨೫: ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ದೀಪವನ್ನು ಬೆಳಗಿಸುವ ಗೃಹಿಣಿಯೊಬ್ಬಳ ಅಂಗೈಯಲ್ಲಿನ ಮಂದಹಾಸದ ಬೆಳಕು ನೀಡುವ ದೀಪ ಹಾಗೂ ಅಲಂಕೃತಗೊಂಡಿರುವ ಅವಳ ಬಂಗಾರದಂತ ಕೈಗಳಿಗೆ ಬಂಗಾರವೇ ಬೇಕಲ್ಲ ಆದರೂ ಬಳೆ-ತೋಡೆವು ಮೊದಲಾದ ಚಿನ್ನದ ಬಳೆಗಳನ್ನು ತೊಟ್ಟು ಸರ್ವಾಲಂಕೃತಭೂಷಿತೆಯಾಗಿ ದೈವವನ್ನು ಆರಾಧಿಸುತ್ತಾ ಬೆಳಗುವ ಧೂಪ, ಆರತಿ, ಅಥವಾ ದೀಪ ಆರತಿಯು ನಮ್ಮ ಸಂಭ್ರಮದ ದೇವರ ಪೂಜೆಗೊಳ್ಳುವ ಸಾಂಕೇತಿಕತೆಯನ್ನು ಆರತಿ ಬೆಳಗುವ

ಸಂಪ್ರದಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ.

ಚಿತ್ರ ೨೬: ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಇಡೀ ಭೂಮಂಡಲಕ್ಕೆ ಬೆಳಕು ನೀಡುವ ಕತ್ತಲೆಯನ್ನು ಹೊಡೆದೋಡಿಸಿ ಬೆಳಕು ನೀಡುವ ಬೆಳಕಿನ ಹಬ್ಬವು ನಮ್ಮ ಮನೆಯನ್ನು ಬೆಳಗಲು ಹಾಗೂ ನಮ್ಮ ಕುಟುಂಬಕ್ಕೆ ಆರೋಗ್ಯದ ಹೊಂಬೆಳಕು ನೀಡಲು ಈ ಜಗತ್ತಿನ ಅಜ್ಞಾನ ಸೂರ್ಯನಂತೆ ಕಂಗೊಳಿಸುವ ದೀಪದ ಕಾಂತಿ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸೂಪರ್ ರಿಫೈನ್ಡ್ ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ ಎಣ್ಣೆ ನಮ್ಮ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಕಾಪಾಡುತ್ತದೆ. ಅಂತಿಂತಹ ಎಣ್ಣೆ ಬಳಸಿ ನಮ್ಮ ಗಂಟಲು ಕೆಟ್ಟು ಆರೋಗ್ಯದ ಮೇಲೆ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮವಾಗುವುದರ ಬದಲು ನಮ್ಮ ಆರೋಗ್ಯ ಸುಧಾರಿಸಿ ಬಾಳಿಗೆ ಬೆಳಕು ನೀಡುವ ದೀಪಾವಳಿಯು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರ ಸಡಗರದ ಹಬ್ಬವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಆರೋಗ್ಯವೇ ತನಗೆ ಮುಖ್ಯ ಎಂದು ಹೇಳಿದೆ.



ನಮ್ಮ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಸತ್ವಯುತವಾಗಿ ಜಿಡ್ಡಿನ ಅಂಶ ಸಮಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿರುವ ರುಚಿಯಾದ ಪದಾರ್ಥಗಳಿಗೆ ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗಿ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಈ ಎಣ್ಣೆಯ ಸುವಾಸನೆ, ಪರಿಮಳ, ನಮ್ಮ ಆರೋಗ್ಯ ಸುಧಾರಿಸಲು ನೆರವಾಗಬಲ್ಲದು, ಆದ್ದರಿಂದ ನಮ್ಮ ಇಡೀ ಕುಟುಂಬಕ್ಕೆ ಅತ್ಯುಪಯುಕ್ತವಾದ ಎಣ್ಣೆಯೇ ಸೂಪರ್ ರಿಫೈನ್ಡ್ ಸೂರ್ಯಕಾಂತಿ ಎಣ್ಣೆ. ಇದು ದೀಪಾವಳಿಯಲ್ಲಿ ದೀಪಗಳ ವಿಶೇಷ ಉರಿಯುವಿಕೆಗೆ ಭಕ್ತಿ ತನ್ಮಯತೆಗೆ ಕೂಡ ಇಡೀ ಕುಟುಂಬದವರಿಗೆ ಆಹಾರ ಹಾಗೂ ಪೂಜೆಗೆ ಇದು ಸದುಪಯೋಗವಾಗ-ಬಲ್ಲದು ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ದೇವರ ಪೂಜೆ, ಗ್ರಾಹಕರ ಆರೋಗ್ಯ ಎಲ್ಲದ್ದಕ್ಕೂ ಇದು ಉತ್ತಮವಾದುದು ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತ ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಹಬ್ಬ, ಪೂಜೆ, ಎಲ್ಲವು ತನ್ನ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂದೇಶ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೨೭: ಜೋಡಿ ದೀಪಗಳಿಗೆ ಸೇರಿ ಒಂದೇ ಪ್ರಕಾಶಮಾನವಾದ ಬೆಳಕನ್ನು ನೀಡುವ ದಾಂಪತ್ಯದ ಸಂಕೇತವೇ ಇಲ್ಲಿ ಉರಿಯುತ್ತಿರುವ ಜೋಡಿ ಹಣತೆಗಳು ಅಂದರೆ, ದಾಂಪತ್ಯದ ಸಂಕೇತದಂತೆ ಕಂಗೊಳಿಸುವ ಈ ದೀಪವು ನಮ್ಮ ಹಳ್ಳಿಗರಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವ ನಿವಾಳಿ ತೆಗೆದ ದೀಪದಂತೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾ ಯಾರಿಂದಲೂ ದೃಷ್ಟಿ ತಾಗಬಾರದೆಂದು ಕುಂಕುಮದೋಕುಳಿಯಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ದೀಪಗಳನ್ನು ಬೆಳಗಿಸಿ ದೀಪದ ಓಕುಳಿ ಎತ್ತುವ ಮೂಲಕ ದುಷ್ಟರಿಂದ, ದುಷ್ಟಗ್ರಹದಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ತೊಡಕು ನಿವಾರಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಇಲ್ಲಿ ಸೂಚ್ಯವಾಗಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಂತೆಯೇ

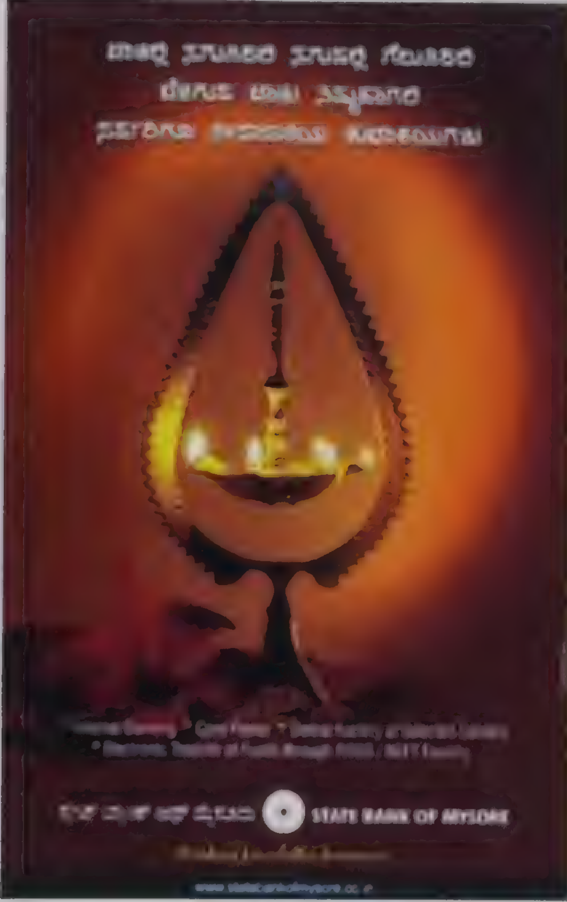
ಜ್ಯೋತಿ ದೀಪಗಳ ನೆರಳನ್ನು ತನ್ನ ಗಂಡನಿಗಾಗಿ ಸದಾ ಕಾಯುತ್ತಿರುವ ಈ ಹಳದಿ ಪಿತಾಂಬರ ಧರಿಸಿ ಮಂಗಳಕರವಾದ ಹೊಸ ಬಟ್ಟೆ ಧರಿಸಿ ಮಲ್ಲಿಗೆ ಮುಡಿದು ಕೈಯಲ್ಲಿ ಫಲ, ಪುಷ್ಪ, ತಾಂಬೂಲ ಹಿಡಿದು ಆತಿಥ್ಯ ನೀಡುವುದು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮೊದಲ ಪಾಠವಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಫಲಪುಷ್ಪ ತಾಂಬೂಲಾದಿಗಳಿರುವ ಬೆಳ್ಳಿ ತಟ್ಟೆಯನ್ನು ಹಿಡಿದು ನಮಗೆ ಸ್ವಾಗತಕೋರುತ್ತಾ ಚೆಂದದ ಮಲ್ಲಿಗೆ ಮುಡಿದು ಚೆಂದದ ನಗೆ ಬೀರುತ್ತಾ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿದ್ದಾಳೆಂದು ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಮಾತೃ, ಜನನಿ, ತಾಯಿಯೇ ದೇವರೆಂದು ಪೂಜಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಮಾಜ ಹಿಂದೆ ಬಿದ್ದಿಲ್ಲ ಎನಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಉಡುಗೆ ತೊಡಿಗೆಯಿಂದ ಅಲಂಕೃತಗೊಂಡ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಶೈಲಿಯಿಂದ ಕೂಡಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ.





ಚಿತ್ರ ೨೮: ಈ ಚಿತ್ರವು ಕೂಡ ದೀಪಾವಳಿಯ ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸುವಂತಹ ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹಿರಾತು ಆಗಿದ್ದು, ಇಲ್ಲಿ ಬೆಳ್ಳಿ ಬಟ್ಟಲಿನಲ್ಲಿನ ದೀಪ ಹಾಗೂ ಮಣ್ಣಿನ ಹಣತೆಗಳಲ್ಲಿನ ದೀಪ ನಮಗೆ ಬೇಕಾದ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಾಲ, ಕಾರು ಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಲ, ಮನೆ ಕಟ್ಟಲು ಸಾಲ, ಹಾಗೇ ನಾನಾ ಕಾರಣಗಳಿಂದ ಸಾಲ ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಂಡು ನಮ್ಮ ಅಂತಸ್ತಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಕಾರು, ಮನೆ, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಾಲ ಪಡೆದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಿ ನಮ್ಮ ಜನಜೀವನದ ಮಟ್ಟ ಎತ್ತರಕ್ಕೆ ಏರುವಂತಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ನಾವು ಹುಟ್ಟುಹಾಕಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ಅವರವರ ಯೋಗ್ಯತೆಗೆ ಅನುಸಾರ ಆರ್ಥಿಕ ಸಾಲ ಪಡೆದು ಸುಂದರ ಬದುಕು ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ದೀಪಾವಳಿಯು ಅವರಿಗೆ ಸದಾವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೨೯: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಭಕ್ತಿ ಸಮರ್ಪಣೆಯ ಸಂಕೇತವಾದ ಓಂಕಾರದ ಗಾನಮೊಳಗಿಸುವ ದೀಪವು ಸುತ್ತಲೂ ಜಗಮಗಿಸುವ ದೀಪಗಳನ್ನು ಅಲಂಕಾರ ಸೇವೆ ಅದರಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ನೀರವತೆ ಕೆಳಗೆ ಸಮರ್ಪಣೆ ಆಗಿರುವ ದಾಸವಾಳದ ಹೂವು ಇದು ಸಂಸ್ಕೃತದ ಮನೆ ದೇವರ ಕೋಣೆಯಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ದೇವಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ತೂಗುದೀಪಗಳ ಸಂಭ್ರಮ, ಸಡಗರದ ಆಧ್ಯಾತ್ಮಿಕ ವಾತಾವರಣವು ಅಲ್ಲಿನ ಮಂದ ಬೆಳಕಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಚಂಚಲ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣ ಹುದುಗಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ಚಿಸ್ಮೌಸದಿಂದ ಚಚ್ಚಕ್ರಿಯೆಸನ್ನು ಸ್ಮರಿಸುವ ದೀಪದ ಅಲಂಕಾರ, ಆಕೃತಿ ಸುತ್ತಲೂ ನೀಡುವ ನೆರಳು, ಬೆಳಕಿನ ಮಂದಹಾಸತೆ ಯಾವೊಬ್ಬ ನಾಸ್ತಿಕನಿಗೂ ಭಕ್ತಿ ಭಾವವನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸಬಲ್ಲದು. ಅಂತಹ ಭಕ್ತಿ ಆಲಿಂಗನಕ್ಕೆ ಹೆಸರಾಗುವಷ್ಟು ಸುತ್ತಲೂ ಬೆಳಗುವ ದೀಪದ ವೈಭವ ಆಕರ್ಷಣೀಯವಾದುದು. ಒಟ್ಟಾರೆ ಪೂಜೆ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಆಚಾರ, ವಿಚಾರದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಟ್ಟು ರಚನೆಗೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತು ಇದಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.



ಚಿತ್ರ ೩೦: ಇಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಶುಭ್ರವಾದ ಬೆಳಕನ್ನು ರಾಜಿಸುವ ದೀಪಗಳ ಬೆಳಕು ಮಿಂಚಿನ ಸೆಳೆತವನ್ನುಂಟು ಮಾಡಿ ಸದಾ ಬೆಳಗುವಂತೆ ಮಾಡಿ ನಮ್ಮ ಜೀವನಕ್ಕೆ ದಾರಿ ತೋರುವ ದೀಪವಾಗಿದೆ. ದಾರಿದೀಪಗಳಾಗಿ ನಮ್ಮ ನೈಜ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಭಕ್ತಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳ ಕೆಳಗೆ ಕೆಂಪು ಹೂಗಳು ಇನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮನರಂಜನೆ ನೀಡುವಂತೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತವೆ. ಈ ತರಹದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಮ್ಮ ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಸನ್ನಿವೇಶಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ನಂಬಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೩೧: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕ ಯುಗದ ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್ (ಕಂಪ್ಯೂಟರ್) ಬಳಸಿ ಆಟವಾಡುವ ಎಳೆಯ ಮಗು ತನ್ನ ಹಳೆಯ ಕಾಲದ ಅಜ್ಜಿ ಕಥೆಯನ್ನು, ಅಜ್ಜಿಯನ್ನು ಮರೆಯಲಾರನು. ದೂರ ಮಾಡಲಾರನು, ಯಾಕೆಂದರೆ, 'ಹಳೇ ಬೇರು ಹೊಸ ಚಿಗುರು' ಎಂಬಂತೆ



ಅಜ್ಜಿಯ ಕಥೆ ಕೇಳುತ್ತಾ ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ ಕಾಲದ ಪರಿವರ್ತನೆಯನ್ನು ಪರಿಪಾಲಿಸುತ್ತಾ ಮಂದಬೆಳಕಿನಲ್ಲಿ ಹಿರಿಯ–ಕಿರಿಯರ ನೀತಿ ಬೋಧಕ ಕೃತಿ ಇದಾಗಿದ್ದು, ಹಿನ್ನೆಲೆಯಾಗಿ ದೀಪಾವಳಿಯ ೮–೧೦ ಸಣ್ಣ ದೀಪಗಳು ಕಿರು ಬೆಳಕನ್ನು ನೀಡಿ ಮನದಕಾಂತಿಯನ್ನು ಪುನರ್ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.

ಶೈಲಿಯ ಒತ್ತಡದಿಂದ ಮುಕ್ತರಾಗಿ ಗುರು ಹಿರಿಯರಿಗೆ ನಗರ ಜೀವನ ನೆಚ್ಚಿನ ಮೊಮ್ಮಗನಾಗಿ ಇಂದಿನ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಎನಿಸಿದ ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್ ವೇಗವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಆಟವಾಡುತ್ತಾ ತಮ್ಮ ಇತಿ–ಮಿತಿಯೊಳಗೆ ಆನಂದ ಪಡುವ ಮತ್ತು ಮಾತುಗಾರಿಕೆಯಿಂದ ಸಂತೈಸುತ್ತಾ ಅಜ್ಜಿ ತನ್ನ ಮೊಮ್ಮಗನ ಜೀವನ ರೂಪಿಸಲು ಹಲವಾರು ನೀತಿ ಬೋಧನೆ ಮಾತುಗಳು ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್ ಜೊತೆಗೆ ಸಾಗುತ್ತಿರುವುದೇ ಅಚ್ಚರಿಯ ಮಾತಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಟೆಕ್ನಾಲಜಿ ಮತ್ತು ಟ್ರೆಡಿಷನ್ ಜೊತೆ ಜೊತೆ ಸಂಯೋಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಜ್ಜಿ 'ಟ್ರೆಡಿಷನಲ್' ಮೊಮ್ಮಗ 'ಟೆಕ್ನಾಲಜಿ'ಯಾಗಿದ್ದಾನೆ. ಅವರಿಬ್ಬರು ಕುಳಿತುಕೊಂಡ ರೀತಿ ಮನೆ ಹಿನ್ನೆಲೆ ವಾತಾವರಣ ಎಲ್ಲವೂ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಆಧುನಿಕತೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಶೈಲಿ ಮೂಲಕ ತೋರಿಸಿದೆ ಆ ಮೂಲಕ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಕಲ್ಪನೆ ಹೊಂದಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೩.೨: ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಬೆಳಕನ್ನು ನೀಡುವ ಕತ್ತಲೆ ದೂರ ಮಾಡುವ ದೀಪವು ಜ್ಯೋತಿಯೆಂದು ಪಾವಿತ್ರ್ಯತೆ ಉಳಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ನವದಂಪತಿಗಳಿಬ್ಬರು ತಮ್ಮ ಅಮೃತ

ಹಸ್ತಗಳಿಂದ ಜೋಡಿಯಾಗಿ ದೀಪಗಳನ್ನು ಬೆಳಗುತ್ತಾ ಮೂರು ದಿನಗಳ ಕಾಲ ಸಂಭ್ರಮದಿಂದ



ಆಚರಿಸುವ ಮನೆಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಂಗಳಮಯ ಮನೋಲ್ಲಾಸ ಬಿತ್ತುವ ಹರ್ಷದ ಹೊನಲು ಹರಿಸುವ ಅಜ್ಞಾನ ಅಳಿಸಿ ಸುಜ್ಞಾನ ಮೂಡಿಸುವ ಜನತೆಯ ಆಶೋತ್ತರಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವ ಮಹಿಳೆಯರ ಭಾಗ್ಯಲಕ್ಷ್ಮಿ ಎನಿಸಿದ, ವೃದ್ಧರಿಗೆ ನೆಮ್ಮದಿ ನೀಡುವ ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಕೊಂಡಾಡುವ ಮೂಲಕ ಉತ್ತಮ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುವಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದೆ ಹಾಗೂ ದುಷ್ಟ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ದಮನಮಾಡಿ ಶಿಷ್ಟ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಸಂಭ್ರಮಿಸುವಂತೆ ದೀಪಾವಳಿಯ ನಮೂನೆ ಎಲ್ಲಾ ವಿಧದಲ್ಲಿ ದಾರಿದೀಪ, ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕವಾದಲ್ಲಿ ಅದು ಇನ್ನೂ ಇಂತಹ ನವದಂಪತಿಗಳಿಗೆ ನವನವೀನ ಉಲಾಸ ಹರ್ಷ ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಹೀಗೆ ನಮ್ಮ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಹಬ್ಬವಾದ ದೀಪಾವಳಿಯನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ತನ್ನ ಸಂದೇಶವು ಮತ್ತು ಸಂಪ್ರದಾಯವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತೋರಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

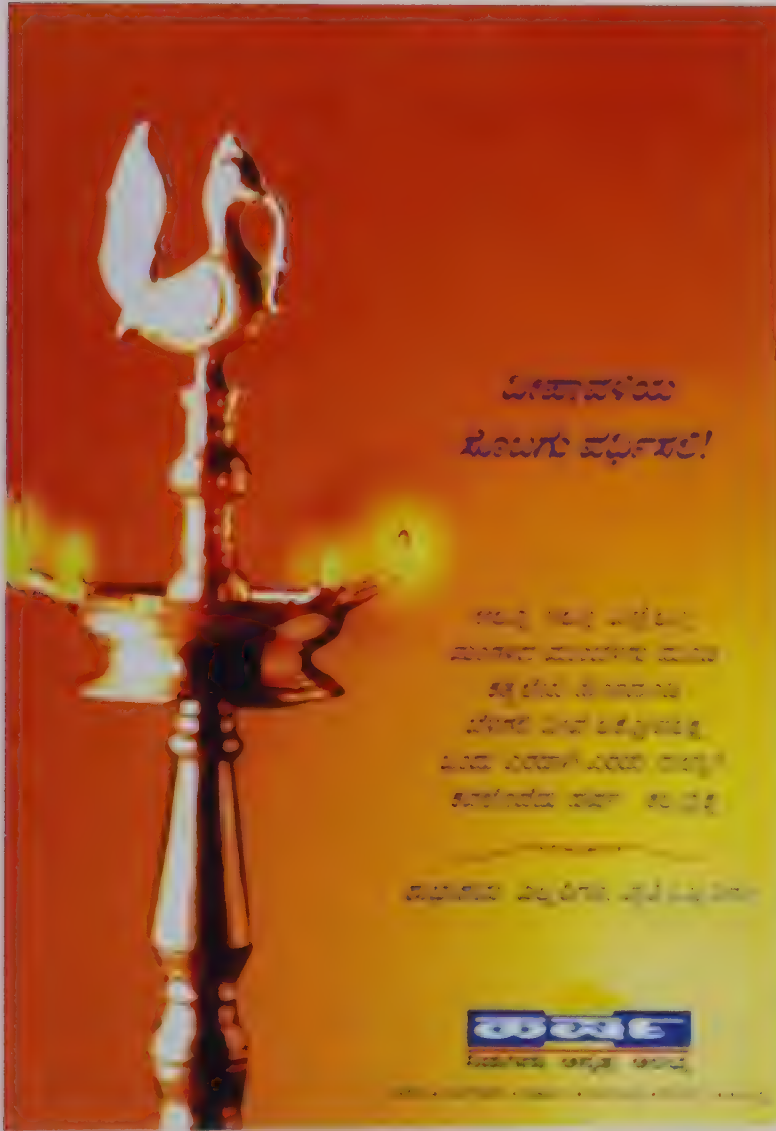
ಚಿತ್ರ ೩೩: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸದಾ ಬೆಳಗುವ ದೀಪಾವಳಿ ಬೆಳಕು ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಮನೆಯ



ಅಂಗಳದಲ್ಲಿ ಬೆಳಗಿ ಇನ್ನೂ ಇಂತಹ ತಿಳಿಯಾಗಿ ಉರಿಯುವ ದೀಪಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆ ತರಲಿ ಎಂದು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸುವ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದೆ. ಈ ಸಂಕೇತದಲ್ಲಿ ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾದ ಹಾಗೂ ಸುಸಜ್ಜಿತವಾದ ಮನೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಐಶರಾಮ ಜೀವನಕ್ಕೆ ನಾಂದಿಯಾಗಿದೆ, ದಂಪತಿಗಳಿಬ್ಬರೂ ತಮ್ಮ ಮುದ್ದು ಮಗನ ಯೋಗಕ್ಷೇಮವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಆ ಮಗನು ಉಲ್ಲಾಸದಿಂದ ಮನೆಯ ಹೊರಗೆ ಬೆಳಗುವ ಬೆಳಕಿನಂತೆ ಮಂದಹಾಸ ಚೆಲ್ಲುತ್ತಾ ನಿಂತಿದ್ದಾನೆ. ಹೀಗೆ ಮನೆಯಂಗಳದ ದೀಪ ಬೆಳಗುವಂತೆ ಮನೆಯ ಮಗನ ಯೋಗಕ್ಷೇಮವೂ ಅಷ್ಟೇ

ಮುಖ್ಯವಾಂಬಂತೆ ಸದಾ ನಮ್ಮ ಬಾಳಿಗೆ ಬೆಳಕಾಗುವ ಮಗನ ಹಿತ ಚಿಂತನೆ ನಡೆಸುವುದು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ತಂದೆ-ತಾಯಿಗಳ ಕರ್ತವ್ಯವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಸನ್ನಿವೇಶ ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ.

ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಭಾರತೀಯ ಅವಿಭಕ್ತ ಕುಟುಂಬಗಳು ವಿಭಕ್ತ ಕುಟುಂಬಗಳಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅಲ್ಲಿಮನೆಗೊಂದು ಮಗು ಮನೆ ತುಂಬ ನಗು ಎಂಬ ವಾತಾವರಣ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಕರ್ತವ್ಯ ನಿಭಾಯಿಸುತ್ತಿರುವ ತಂದೆ-ತಾಯಿಗಳಿಗೆ ಕಾಯಕವೇ ಕೈಲಾಸ ತಂದೆ-ತಾಯಿಗಳು ತಮ್ಮ ಮಗನ ಹಿತಚಿಂತನೆ ಮಾಡುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಪ್ರತೀ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವುದು. ಯೌವನಾವಸ್ಥೆಗೆ ಬಂದ ಮಕ್ಕಳ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತನೆ ನಡೆಸಿ ಅವರ ಕಲ್ಯಾಣ ಮಾಡುವ ಕೆಲಸ ಪ್ರತೀ ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಅಂತಹ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ. ತನ್ನ ಸಂದೇಶದ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಕೌಟುಂಬಿಕ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.



ಚಿತ್ರ ೩೪: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ನಾಲ್ಕು ದಿಕ್ಕುಗಳಿಗೂ ಬೆಳಕು ನೀಡುತ್ತ ಎಲ್ಲಾ ಜನತೆಯನ್ನು ಅಜ್ಞಾನದಿಂದ ಜ್ಞಾನದ ದಿಕ್ಕಿನತ್ತ ಕರೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗುವುದು. ಅಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲೆಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಮಂಗಳವಾದ ಮಂದಬೆಳಕು ನೀಡುತ್ತಾ ದೀಪಗಳ ಉತ್ಸವ ಮಾಡಿ ಕತ್ತಲೆಯು ಸರ್ವಶಮನಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಮುಖ್ಯ-ವಾಗಿದ್ದೇ ದೇವರ ಜಗಲಿ ಮುಂದೆ ಶೋಭಾಯಮಾನವಾಗಿ ಪ್ರಜ್ವಲಿಸುವ ನಿರಂತರ ಬೆಳಕು ನೀಡುವ ಜ್ಞಾನದ ಸಂಕೇತವಾಗಿ, ದೇವರಸಾನಿಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಇಂತ ಪವಿತ್ರವಾದ ಜ್ಯೋತಿ ಬೆಳಗುವ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಮನದ ಕತ್ತಲೆ ದುಗುಡ ದೂರಮಾಡಿ ಪರಿಪೂರ್ಣತೆ, ಶುಭ್ರತೆ, ಮೂಡಿಸಿ ನಮಗೆ ದೈವೀ ಆರಾಧನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸುವುದು ಈ ದೀಪಾವಳಿ ಮತ್ತು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೩೫: ನಮ್ಮ ದೀಪಾವಳಿ ಹಬ್ಬದ ಸಡಗರದಲ್ಲಿ ನಾವು ಮಾಡುವ ಕೆಲವೊಂದು ತಪ್ಪುಗಳಿಗೆ ಕಡಿವಾಣವೇ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ, ಪಟಾಕಿ ಸಿಡಿಸುವ ನೆಪದಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಬ್ಬರ ಮನೆ

ಸುಡುವ, ಕಣ್ಣುಗಳಿಗೆ ಹಾನಿಯಾಗುವ, ಕೈಯಲ್ಲೇ ಸ್ಫೋಟವಾಗುವ, ಅತೀ ಅಪಾಯ ತಂದೊಡ್ಡುವ-ಂತಹುದು. ದುಷ್ಪರಿಣಾಮಗಳು ನಮಗೆ ಸ್ಮೃತಿಪಟಲಕ್ಕೆ ಮೂಡದೇ ಹೋಗಬಹುದು. ಆದರೆ ನಾವು ಹೇಗೆ ಆಚರಿಸಬೇಕು ಹೇಗೆ ಆಚರಿಸಬಾರದೆಂದು ಸ್ಪಷ್ಟ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುವ ಶಿಕ್ಷಣ ಇರುವುದೇ ಇಲ್ಲಿ. ಹೊಸ ಬಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಬೆಂಕಿ ತಗುಲಬಹುದಾದ, ಬೇರೊಬ್ಬರ ಮನೆ, ಅಂಗಳಕ್ಕೆ, ಸಿಡಿಯಬಹುದಾದ, ಅಜಾಗ್ರತೆಯಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ತೊಂದರೆ ಬಗ್ಗೆ ನಮ್ಮ ಅವಿವೇಕದಿಂದಾಗುವ ಪರಿಣಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಮಗೆ ತಿಳಿಯದೇ ಹೋಗುವುದು, ದೀಪ ಬೆಳಗಿಸಿ ಕತ್ತಲೆ ಹೊಡೆದೂಡಿಸುವುದನ್ನು ನಾವು ಮರೆಯುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಶಬ್ದಮಾಲಿನ್ಯ, ವಾಯುಮಾಲಿನ್ಯ ತಡೆಯುವುದೇ ನಮಗೆ ಗೊತ್ತಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ೧೨೫ ಡೆಸಿಬಲ್‌ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಶಬ್ಧ ಉಂಟುಮಾಡುವ ಪಟಾಕಿಗಳ ನಿಷೇಧ ನಾವೆಂದೂ ಗಮನಿಸಲಾಗದು. ರಾತ್ರಿ ೧೦ರ ನಂತರ ಬೆಳಗ್ಗೆ ೬ಕ್ಕಿಂತ ಮುಂಚಿತ ನಿದ್ರಿಸುವ ಸಮಯ ಹಾನಿಗೊಳಿಸುವುದು ಸಲ್ಲದು. ರೋಗರುಜಿನಗಳಿಂದ ಬಳಲುತ್ತಿರುವ ಜನತೆಯ ಆರೈಕೆಯಲ್ಲಿರುವ ರೋಗಿಗಳ ಬಗೆಗೆಷ್ಟು ಕರುಣೆ ಬೇಡವೆ, ಆಸ್ಪತ್ರೆ ಬಳಿ ಹಾಗೂ ಸುತ್ತಲೂ ನಾವು ಮದ್ದು ಸಿಡಿಸುವುದು ಬೇಡ. ಪಟಾಕಿ ತ್ಯಾಜ್ಯವು ನಮ್ಮ ಮನೆಯ ಅಂಗಳ, ರಸ್ತೆಗಳನ್ನು ಕಸದರಾಶಿ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಯೋಚಿಸಬೇಕು. ರಾಕೆಟ್‌ಗಳು ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿ ಓಡಾಡುವ ಜನರಿಗೆ, ವಾಹನಗಳಿಗೆ ತೊಂದರೆ ಕೊಡುವುದನ್ನು ಮರೆತೇ ಬಿಡುತ್ತೇವೆ.

ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಕಾರಣಗಳಿಂದ ದೀಪಾವಳಿ ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ನೋವುಂಟು ಮಾಡುವ ಹಬ್ಬ ಆಗದೇ ಇರುವ ಸಂಭ್ರಮವನ್ನು ದುಃಖದಲ್ಲಿ ಅಂತ್ಯಗೊಳಿಸದೇ ನಮ್ಮ ಕಣ್ಣಿನ ರಕ್ಷಣೆ ಕಡೆಗೆ ಗಮನಹರಿಸುತ್ತಾ ಈ ಮೇಲ್ಕಾಣಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ಮುಂಜಾಗ್ರತೆಯನ್ನು ಚಾಚುತಪ್ಪದಂತೆ ಪಾಲಿಸಿಕೊಂಡು ರಸ್ತೆ ಸುರಕ್ಷೆ, ಪರಿಸರ ರಕ್ಷಣೆ ಹಾಗೂ ಶಬ್ಧ ಮಾಲಿನ್ಯ, ವಾಯುಮಾಲಿನ್ಯದ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಟ ಮಾಡುವ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಎಲ್ಲರ ಪಾಲಿಗೆ ಇದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ. ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಜೊತೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕರ್ತವ್ಯ, ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ತಿಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಒಂದು ರೀತಿಯಿಂದ ತಿಳುವಳಿಕೆ, ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತ:

ಒಟ್ಟಾರೆ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜನಜೀವನದ ಮಧ್ಯೆ ನಡೆಯುವ ಹಬ್ಬ-ಹರಿದಿನಗಳು, ಆಚಾರ-ವಿಚಾರಗಳು, ನಂಬಿಕೆ-ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳು, ಜಾತ್ರೆ-ಉತ್ಸವಗಳು ಮತ್ತು ಜನಸಮುದಾಯದ ಆಸೆ-ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಮತ, ಧರ್ಮ, ಜಾತಿ, ವರ್ಗ, ಜನ ಸಮುದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ. ಆಯಾ ಧರ್ಮದ, ಹಬ್ಬ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಆಚಾರ, ಪದ್ಧತಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸಮಾಜ-ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಗೆ ಆಗಿರೋದನ್ನು ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಿಗೆ ಆಗಬಹುದಾದದ್ದನ್ನು ಈ ಎರಡನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಸುಖ-ಸಂತೋಷದ ಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೆ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಮೂಡುತ್ತಲಿವೆ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ಹಿಡಿಯುವಂತ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಜನಸಮೂದಾಯದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿ ಸಹಕರಿಸುತ್ತಲಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ഩഩഩ *** ൟൟൟ



ಅಧ್ಯಾಯ: ನಾಲ್ಕು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳು

ಒಂದು ಸುಂದರವಾದ ಸಮಾಜ ಕಟ್ಟುವಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರ ಎಷ್ಟು ಮುಖ್ಯವೋ ಅಷ್ಟೇ ಮುಖ್ಯ ಆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ನಿರಂತರವಾದ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತ ಬಂದಿರುವ ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳದಾಗಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೆ ಒಂದು ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲು ಹಾಗೂ ಓದುಗರಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ದೊರೆಯಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳೇ ಕಾರಣ ಎಂದರೆ ತಪ್ಪಾಗಲಿಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಜನರ ನಂಬಿಕೆ, ಸಹಬಾಳ್ವೆಯ, ಸಹೋದರತ್ವ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಐಕ್ಯತೆ, ಧರ್ಮ ಸಹಿಷ್ಣುತೆ, ಸಮಾಜವನ್ನು ಪುನರ್ ಸಂಘಟಿಸುವಲ್ಲಿ, ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗಗಳ ಜನರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಅದರ ಕಾರ್ಯವು ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತಲಿವೆ ಹಾಗೂ ಅಂಗವಿಕಲತೆ, ಹೆಣ್ಣು ಭ್ರೂಣ ಹತ್ಯೆ, ಏಡ್ಸ್, ದೇವದಾಸಿ ಪದ್ಧತಿ ನಿರ್ಮೂಲನೆ, ಸ್ತನ್ಯಪಾನ, ಆರೋಗ್ಯ ಅರಿವು ಮುಂತಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಿ ಮತ್ತು ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುವ ತಿಳುವಳಿಕೆ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸಹ ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸಮಾಜ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೇಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿವೆ ಹಾಗೂ ಜನಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧: ಭಾರತೀಯ ರೈಲ್ವೆ ಇಲಾಖೆಯ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಜನತೆ ಅಜ್ಞಾನ ಹಾಗೂ ಅನಕ್ಷರತೆಯಿಂದ ಎಂತಹ ಅಪರಾಧ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಇಂತಹ ಅಪರಾಧಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಜ್ಞೆ ಮೂಡಿಸಿ ಆಗಬಹುದಾದ ಅನಾಹುತಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ ಒಳ್ಳೆಯ ನಡತೆ ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ನಾವು ನಮ್ಮ ಸಮಾಜ ಸುಶಿಕ್ಷಿತವಾಗಿದ್ದು, ಯಾರಿಗೂ ಮೋಸ ವಂಚನೆ ಮಾಡದೆ ಉತ್ತಮ ಜೀವನ ಸಾಗಿಸುವ ಕ್ಷೇತ್ರ

ನಮ್ಮದಾಗಿದ್ದು, ನಮ್ಮ ಜನಗಳು ಟಿಕೆಟ್ ರಹಿತ ಪ್ರಯಾಣ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಅದರಿಂದ ಅನೇಕ ಶಿಕ್ಷೆ ಅನುಭವಿಸುವ ಪ್ರಸಂಗವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಹೀಗೆ ಒಂದಿಷ್ಟು ಹಣ ಉಳಿತಾಯ ಮಾಡುವ ದುರುದ್ದೇಶದಿಂದ ದುಬಾರಿ ಪ್ರಯಾಣವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಟಿಕೇಟ್ ಕೇಳಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳದೇ ಪ್ರಯಾಣ ಮಾಡುವುದು ಶಿಕ್ಷೆ ಅನುಭವಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲಸ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ನೋಡಿದರೆ ಮನವರಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ನಾವು ತಿಳಿಯದೇ ಟಿಕೇಟ್ ಇಲ್ಲದೆ ಓಡಾ-ಡುವುದು ಕೊನೆಗೊಂದು ದಿನ ತಪಾಸಣಾ ತಂಡದವರ ಕೈಗೆ ಸಿಕ್ಕಿ ಗೌರವ-ಘನತೆ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಟಿಕೇಟ್ ಇಲ್ಲದೇ ಪ್ರಯಾಣಿಸುವುದು, ಕಾನೂನು ದೃಷ್ಠಿಯಿಂದ ಬಹುದೊಡ್ಡ ತಪ್ಪು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅರಿವುನ್ನುಂಟು ಮಾಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಟಿಕೇಟ್ ಖರೀದಿಸಿ ಮುಂದಾಗಬಹುದಾದ ಅಪಾಯಗಳ-ನ್ನು ದೂರಮಾಡಿ, ಕಠಿಣ ಸಜೆ ಕನಸಿನಲ್ಲೂ ಊಹಿಸಿಕೊಳ್ಳದೆ ನಮ್ಮ ಕರ್ತವ್ಯ ನಾವು ನಿರ್ವಹಿಸಲೇಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಸಮಾಜದ ಜನತೆಗೆ ಹೇಳುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆ ಮೂಡಿಸುವಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಇದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅರಿವು ಜನಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಪರಿಚಯಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ತತ್ಪರಿಣಾಮ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಜಾಗೃತಗೊಂಡು ಉತ್ತಮ ಸಮಾಜದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ೨: ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರವು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿರುವ ಕಡುಬಡವರ ಎಳ್ಗೆಗಾಗಿ ಹಲವು ಹತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಯೋಜನೆಗಳು, ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡಿದ್ದು ಅಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಜನತೆಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದು ಸರ್ಕಾರದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರವು ಕೆಲವು ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಅನುದಾನ ನೀಡಿದರೆ, ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರವು ಕೂಡ ಹಲವಾರು ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಅನುದಾನವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಕೇಂದ್ರದಿಂದ ಮಂಜೂರಾಗಿ ಬಂದಿರುವ



ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಉದ್ಯೋಗ ಖಾತರಿಯಿಂದ ದುಡಿಯುವ ಕೂಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರಿಗಾಗಿ ಹಾಗೂ ಕಡುಬಡವ ಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು, ಹಸಿವಿನ ಯಾತನೆ ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿರುವ ಜನರನ್ನು ಗುರ್ತಿಸಿ ಅವರಿಗೆ ನೆರವು ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಮನೆಯಿಲ್ಲದವರಿಗೆ ಮನೆ ಹಸಿದವರಿಗೆ ಅನ್ನ ಕೊಡುವುದು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಆಶೋತ್ತರಗಳಿಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸುವ ಸರ್ಕಾರದ ಮುಖ್ಯ ಕೆಲಸವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಪರಿಚಯಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನದಾಗಿದೆ.

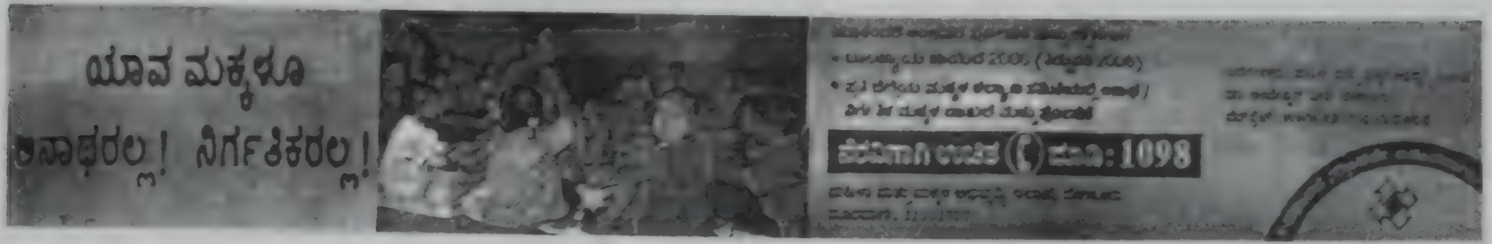
ಬಡಕುಟುಂಬ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ತೀರ ಹಿಂದುಳಿದ ಕುಟುಂಬ ಕೂಲಿಕಾರ್ಮಿಕ ಕುಟುಂಬದವರಿಗೆ, ಬಡತನದ ಬೇಗೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಯುವ ಜನತೆಗಾಗಿ ರೂಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿರುವ ಈ ಕಾಯ್ದೆಯಡಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹಾಗೂ ಪಂಚಾಯತ್‌ರಾಜ್ ಇಲಾಖೆ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಅಧೀನದಲ್ಲಿ ಪ್ರತೀ ಹಳ್ಳಿಗಳಿಗೂ ೦೧.೦೪.೨೦೦೮ ರಿಂದ ಉದ್ಯೋಗದ ಭರವಸೆ ದೊರೆತು ಅವರು ಪಟ್ಟಣಕ್ಕೆ ವಲಸೆ ಹೋಗುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ ಅವರಲ್ಲಿ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ ನೆಮ್ಮದಿಯ ಕನಸು ಮೂಡಿಸಲು ನೆರವಾಗುವುದು ಈ ಯೋಜನೆಯ ಮುಖ್ಯ ಆಶಯವಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳು ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಿಗೆ ಪರಿಚಯಿಸುವ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವೇ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸ್ವ-ಇಚ್ಛೆಯ ಯಾವುದೇ ಕೌಶಲವಿಲ್ಲದ ವಯಸ್ಕರು ಕುಟುಂಬದ ಸದಸ್ಯರು ಉದ್ಯೋಗ ಚೀಟಿ ಹೊಂದಿರಲೇಬೇಕು ಹಾಗೂ ಒಂದು ಕುಟುಂಬಕ್ಕೆ ಕನಿಷ್ಟ ೧೦೦ ದಿನಗಳ ಕಾಲ

ಕೆಲಸ ನೀಡಿ ಅವರ ಆರ್ಥಿಕ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸಿ, ವಲಸೆ ನಿಯಂತ್ರಿಸಿ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಉಳಿಯುವಂತೆ ಮಾಡುವುದಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ವ್ಯಕ್ತಿ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ೧೫ ದಿನಗಳ ಒಳಗಾಗಿ ಕೆಲಸವನ್ನು ಸರ್ಕಾರ ನೀಡಲೇಬೇಕು ಹಾಗೂ ಒಂದು ವಾರದ ಕೂಲಿಯನ್ನು ೧೫ ದಿನದೊಳಗೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡಬೇಕು. ಇಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆ ಮತ್ತು ಪುರುಷ ಯಾವುದೇ ಲಿಂಗಬೇಧವಿಲ್ಲದೇ ಯಾವುದೇ ಗುತ್ತಿಗೆದಾರ, ಮಧ್ಯಸ್ಥನ ಹಾವಳಿ ಇಲ್ಲದೇ ಯಂತ್ರಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸದೇ ಕೆರೆ ಹೂಳೆತ್ತುವುದು, ರಸ್ತೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ದುರಸ್ತಿ, ಹೀಗೆ ಹಲವಾರು ಕೆಲಸಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳಲು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಮ ಸಭೆ ಆಯಾ ಗ್ರಾಮಕ್ಕೆ ಆಗಬೇಕಾದ ಸರ್ಕಾರಿ ಸೌಲಭ್ಯ ಮತ್ತು ಕೆಲಸವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಆಯಾ ಗ್ರಾಮಸಭೆ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿಗಳ ಅಧೀನದಲ್ಲಿ ಸೂಚನೆ ಮೇರೆಗೆ ಕೆಲಸ ನೀಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ಜನಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವ ಕೆಲಸ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯ. ಅಂತಹ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ.

ಅಲ್ಲದೆ ಕೆಲವೊಂದು ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಈ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ನಾವು ಗುರುತಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಆಯಾ ಗ್ರಾಮದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲೇ ಕೆಲಸ ನೀಡಬೇಕು. ದೂರದಿಂದ ಓಡಾಡಲೂ ಅವಶ್ಯಕವಾಗುವುದು, ಅರ್ಜಿದಾರನು ಕೆಲಸ ಕೋರಿದಾಗ ಅದರಲ್ಲಿ ೩ನೇ ಒಂದು ಭಾಗ ಮಹಿಳೆಗೆ ಆಧ್ಯತೆ ನೀಡಿ ಅವಳಿಗೂ ಉದ್ಯೋಗದ ಭರವಸೆಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕು, ಅದರ ಜೊತೆ ಕಾಮಗಾರಿ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಬಹು ಅಗತ್ಯವಾದ ಕುಡಿಯುವ ನೀರು ಹಾಗೂ ಕೂಲಿಕಾರ್ಮಿಕರ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರಥಮ ಚಿಕಿತ್ಸೆಯ ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ಹಾಗೂ ವೈದ್ಯಕೀಯ ನೆರವು ನೀಡುವುದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಅತಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕೂಲಿಕಾರ್ಮಿಕ ಕುಟುಂಬದ ಒಬ್ಬ ಮಹಿಳೆ ಹೂಳೆತ್ತುವ ಕಾಮಗಾರಿಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ದುಡಿಯುವ ಹಕ್ಕು ಮಹಿಳೆಗೆ ಇದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ತನ್ನ ನೇರ ನೋಟ ಬೀರಿ ದುಡಿಮೆಯ ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನು ಆಶ್ರಯಿಸುತ್ತಾಳೆ. ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿಂತಿರುವ ಮಣ್ಣು ತುಂಬಿದ ಟ್ರಾಕ್ಟರ್ ಹಾಗೂ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ನಿರತರಾದ ಗಂಡಸರ ಗುಂಪು, ಹೂಳು ತುಂಬಿ ತಲೆ ಮೇಲೆ ಹೊರಿಸಲು ನೆರವಾಗುವ ಮಹಿಳೆಯೊಬ್ಬಳ ಆಶ್ರಯ, ಅಭಯ ಹಸ್ತವು ಒಬ್ಬ ಮಹಿಳೆ ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಮಹಿಳೆಗೆ ಆಶ್ರಯ ನೀಡಬಲ್ಲಳೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಇದರ ಮೂಲಕ ಒಬ್ಬರ ಏಳ್ಗೆಗೆ ಮತ್ತೊಬ್ಬರ ಸಹಾಯ ಸಹಕಾರ ಅಗತ್ಯ ಎನ್ನುವ ಸಂಕೇತವು ಕಾಣಬರುತ್ತದೆ. ನೀರಿಲ್ಲದೆ ಒಣಗಿ ಹೋದ ಕೆರೆಯ ಬದುಕು ಬರಗಾಲವನ್ನು ಸೂಚಿಸಿದೆ. ತಮ್ಮ ಹೊಟ್ಟೆಪಾಡಿಗಾಗಿ ಇಲ್ಲಿನ ಪುರುಷರು ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅವರಿಗೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಉದ್ಯೋಗ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಕೂಲಿ ಕೆಲಸವಿದೆ ಅದರ ಉಪಯೋಗವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ನೆರವಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ಅದರ ಮೂಲಕ ಬಡ ಕೂಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರು ತಮ್ಮ ಬದುಕು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಆಶಿಸುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೩: ಈ ಪ್ರಕಾರದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಬದಲಾವಣೆ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು ಯುವ ಜನ ಜಾಗೃತಿಗೊಂಡು ನೇರವಾಗಿ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕೇಂದ್ರಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಇಲಾಖೆಗೆ ಅನಾಥ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ತಂದು ಬಿಡಬಹುದು.



ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯೊಬ್ಬಳು ಅನಾಥ, ನಿರ್ಗತಿಕ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ, ತಾಯಿಯಾಗಿ, ರಕ್ಷಕಿಯಾಗಿ, ಶಿಕ್ಷಕಿಯಾಗಿ ಅವರಿಗೆ ಮಾತೃ ವಾತ್ಸಲ್ಯ ನೀಡಿ ಸುಶಿಕ್ಷಿತರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿ ಸಮಾಜದ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಬೆರೆಯಲು ಹಾಗೂ ಅನಾಥ ಪ್ರಜ್ಞೆ ದೂರಮಾಡಿ ನಾವು ಅನಾಥರಲ್ಲ, ನಿರ್ಗತಿಕರಲ್ಲ ನಮಗೂ ಬದುಕುವ ಹಕ್ಕು ಇದೆ. ನಮ್ಮಂತವರ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ಸರ್ಕಾರವು ಹಲವು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿದ್ದು, ಸಂವಿಧಾನವು ಕೂಡ ಬಾಲನ್ಯಾಯ ಕಾಯಿದೆ ೨೦೦೦ ಪ್ರಕಾರ ತಿದ್ದುಪಡಿ ಮಾಡಿ ೨೦೦೬ ರಂತೆ ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿ ಬದುಕುವ ಹಕ್ಕು ಇಂತಹ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ನೀಡಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಅಲ್ಲದೇ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಅನಾಥ ಮಕ್ಕಳ ಸಂರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸಿ ಸುಶಿಕ್ಷಿತರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರದ ಮಹಿಳಾ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ಕಲ್ಯಾಣ ಇಲಾಖೆ ಜಿಲ್ಲಾಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಜಿಲ್ಲಾ ಕಲ್ಯಾಣ ಸಮಿತಿ ನೇಮಕ ಮಾಡಿದ್ದು, ಅವರ ಕರ್ತವ್ಯವೇನೆಂದರೆ, ಇಂತಹ ಹಲವು ಹತ್ತು ಭಿಕ್ಷುಕರ, ನಿರ್ಗತಿಕರ, ಅನಾಥರ, ಕುಟುಂಬಗಳತ್ತ, ಕಣ್ಣು ಹಾಯಿಸಿ ಅಲ್ಲಿ ಅನಾಥವಾಗಿರುವ, ತಂದೆ-ತಾಯಿಗಳಿದ್ದರೂ ಸಂಪೂರ್ಣ ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸಲ್ಪಟ್ಟು ಮನೆಯಿಂದ ಹೊರಹಾಕಲ್ಪಟ್ಟು ಹೀಗೆ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕೆಳಸ್ತರದ ನೊಂದ-ಬೆಂದ-ಹಿಂಸಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಗುವಿಗೆ ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿ ಬದುಕುವ, ಶಾಲೆ ಕಲಿಯುವ ಸುಶಿಕ್ಷಿತ ಜೀವನ ನಡೆಸಿ ಸಮಾಜಘಾತುಕ ಶಕ್ತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಕೈ ಜೋಡಿಸದೇ ಒಳ್ಳೆಯ ಜೀವನವನ್ನು ನಾಗರೀಕ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಬೆಳಸಿಕೊಂಡು ಉತ್ತಮ ಪ್ರಜೆಯಾಗಿ ಬಾಳಲು ಇಂತಹ ಮಾತೃಶಿಕ್ಷಣ, ಮಾತೃಪ್ರೇಮ, ಅತಿ ಅವಶ್ಯವಿದ್ದು, ಅರಳುವ ಕುಸುಮ ಪ್ರತಿಭೆಗಳಿಗೆ ನೀರೆರೆಯುವ ಹಾಗೂ ಪೋಷಿಸಿ ರಕ್ಷಿಸುವ ಹೊಣೆಗಾಗಿ ಹಾಗೂ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಅನಾಥ ಮಕ್ಕಳಿಂದ ಮತ್ತೆ ಅನಾಹುತಗಳಾಗುವುದನ್ನು ತಡೆದು ಅವರ ಉಜ್ವಲ ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸೇವೆಗಾಗಿ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು ಸ್ತುತ್ಯಾರ್ಹವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ವಿದ್ಯಾವಂತರು ಜಾಗೃತಗೊಂಡು ಇಂತಹ ಕೇಂದ್ರಗಳಿಗೆ ಅನಾಥ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ನಿರ್ಗತಿಕರನ್ನು ಕರೆತಂದು ಅವರ ಮುಂದಿನ ಬಾಳಿಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡಬಹುದು ಅಥವಾ ಅವರು ಸ್ವಯಂ ಸೇವಾ ಸಹಕಾರ ನೀಡಲು ಇದು ಪ್ರೇರಣೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೪: ಸಾಧಿಸುವ ಛಲವುಳ್ಳವರಿಗೆ ವಿಕಲತೆ ಅಡ್ಡಿಯಲ್ಲ ಬದಲಾವಣೆ ನನ್ನಿಂದಲೇ ಆರಂಭವಾಗಲಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಅಂಗವಿಕಲರಿಗೆ ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ತುಳಿತಕ್ಕೊಳಗಾದ ಅನ್ಯಾಯಕ್ಕೊಳಗಾದ ನಿಗದಿತ ವಯೋಮಾನದಲ್ಲಿ ಕಲಿಯಲಾಗದೇ ಹಿಂದುಳಿದಿರುವುದು ಅವರ ಅಂಗವೈಕಲ್ಯತೆಯಿಂದಾಗಿ ಎಂಬುದು ಅವರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ಕೊರತೆಯಾಗಿದೆ. ಅಂಗವಿಕಲರ ಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕಾಗಿ ನಮ್ಮ ಸರ್ಕಾರ ಹಲವು ಹತ್ತಾರು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಂಡಿದೆ. ಅಂತಹ ಯೋಜನೆ ಕುರಿತು ತಿಳಿ ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ಅವರೂ ನಮ್ಮಂತೆ ಬದುಕುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದು, ಸಮಾಜದ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೂ ಬದುಕುವ ಅಧಿಕಾರ ಉಂಟು ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಸಾಧಿಸುವ ಛಲವುಳ್ಳವರಿಗೆ
ವಿಕಲತೆ ಅಡ್ಡಿಯಲ್ಲ

ಇಂದಿನ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಅಂಧರಿಗೂ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಕಲಿಯಲು ತುಂಬಾ ಅವಕಾಶಗಳಿದ್ದು, ತಮ್ಮದೇ ಲಿಪಿಯಿಂದ ಕಲಿತು ಸ್ವಯಂ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ಉಂಟು. ಇಂತಹ ವಿವರಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಸ್ವವಿವರಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಹಾಕಿದಾಗ ಅಲ್ಲಿಯೂ ಯಾವ ಯಾವ ಸೌಲಭ್ಯ ಅನುಕೂಲಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಿಕೊಂಡು ಸ್ವ ಉದ್ಯೋಗದತ್ತ, ಸ್ವಾಭಿಮಾನ ಬದುಕಿನತ್ತ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಘನತೆ ಗೌರವ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಉತ್ತಮ ಜೀವನ ನಡೆಸಿ ಅಂಗವಿಕಲತೆ ಹಾಗೂ ಕುರುಡುತನ ಯಾರಿಗೂ ಶಾಪವಲ್ಲ ಅದರ ಮುಕ್ತಿಯಿಂದ ಬದುಕುವ ಹಕ್ಕು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಇದೆ. ಅಂಧರಿಗೆ ಅಥವಾ ವಿಕಲತೆ ಇದ್ದವರಿಗೆ ಬದಲಾವಣೆ ನನ್ನಿಂದಲೇ ಆರಂಭವಾಗಲಿ ಎಂಬ ವಾಕ್ಯದಿಂದ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ವಿಕಲಚೇತರಿಗೆ ಪ್ರೇರಣೆ ತುಂಬುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಮಾನಸಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಸ್ಥೈರ್ಯ, ಧೈರ್ಯವನ್ನುಂಟು ಮಾಡಿ ಅವರಿಗೂ ಸಾಧಿಸುವ ಛಲ ಇದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತೋರಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೫: ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಯ ನಿರ್ಮೂಲನೆಗೆ ಸಹಕಾರ ನೀಡಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ ಈ ದೇವದಾಸಿ ಪದ್ಧತಿಯು ಬಹಳ ಹಿಂದಿನಿಂದಲೂ ಆಚರಿಸಲ್ಪಡುತಿದ್ದು. ಅಲ್ಲದೆ ಅದು ದೇವರ ಸೇವೆ ಎಂಬ ಗೌರವಯುತವಾದ ಕಾಯಕವೂ ಆಗಿತ್ತು; ಆದರೆ, ಬರುಬರುತ್ತಾ ಅಂತಹ ಗೌರವಯುತವಾದ ಬದುಕು ದೂರವಾಗಿ ದೇವರ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಬಿಕ್ಷಾಟನೆ ಮಾಡುವ ವೇಶ್ಯಾವಾಟಿಕೆ ನಡೆಸುವ ಹೀನ ಕೃತ್ಯಗಳು ಉಲ್ಬಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ ಇದಕ್ಕೆ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನತೆಗೆ ಶಿಕ್ಷಣದ ಕೊರತೆಯೇ ಕಾರಣ ಎನ್ನುವ ಸೂಚಕವಾಗಿದೆ.



ಇಂತಹ ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣ ಬುಡಮಟ್ಟದಿಂದ ತೆಗೆದುಹಾಕಲು ಕೇಂದ್ರ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಹಲವಾರು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದ್ದು ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ಇಂತಹ ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಜನಜಾಗೃತಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಒಂದೆಡೆಯಾದರೆ ಈ ರೀತಿಯ ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಸೌಲಭ್ಯ ನೀಡಿ, ಪುನರ್ವಸತಿ ಕಲ್ಪಿಸಿ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಗೆ ಸೇರಿಸುವುದು ಮತ್ತೊಂದು ಅತೀ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸರ್ಕಾರವು ಮಹಿಳಾ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ಕಲ್ಯಾಣ ಇಲಾಖೆಯ ತಾಲ್ಲೂಕು ಜಿಲ್ಲಾಮಟ್ಟದ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಇವರ ಪುನರ್ವಸತಿ ಹಾಗೂ ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಗಳಾದ ಬೆತ್ತಲೆ ಸೇವೆಯಂತಹ ಹೀನಕೃತ್ಯವನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು ಕಾನೂನಿಗೆ

ದೇವದಾಸಿ-ಇದು ಯಾವ ದೇವರಿಗೆ ಪ್ರೀತಿ?
ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಯ ನಿರ್ಮೂಲನೆಗೆ ಸಹಕಾರ ನೀಡಿ
ಕರೆಮಾಡಿ 1091

ಮೊರೆಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇವರ ಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು ನೀಡಿ ಸ್ವಾಭಿಮಾನಿ, ಸ್ವಾವಲಂಬಿ ಜೀವನವನ್ನು ಸಾಗಿಸಲು ಹೆಗಲಿಗೆ ಹೆಗಲು ಕೊಡುವ ಹಾಗೂ ಸಂಪೂರ್ಣ ದೇವದಾಸಿ ನಿರ್ಮೂಲನಾ ಆಂದೋಲನ ಕೈಗೊಂಡು ಆರೋಗ್ಯಪೂರ್ಣ ಸಮಾಜ ನಿರ್ಮಿಸುವುದು ಸರ್ಕಾರದ ಚಿಂತನೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಮೂಲಕ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತ ಜನರಿಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡಿ ಈ ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಲನಕ್ಕೆ ತಾವುಗಳು ಮನಃಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಸಹಕಾರ ನೀಡಿ ಎಂದು ವಿನಂತಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಸದೃಢ ಸಮಾಜದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ನಾಗರೀಕನ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅಂತಹ ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿ ನಿರ್ಮೂಲನೆ ಮಾಡಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೬: ಜನನದ ಕ್ಷಣದಿಂದಲೇ ಸ್ತನ್ಯಪಾನ ಆರಂಭಿಸಿ ಎಂದು ಆಧುನಿಕ ತಾಯಂದಿರಿಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮುಖಾಂತರ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಬದಲಾವಣೆ ನನ್ನಿಂದಲೇ ಆರಂಭವಾಗಲಿ ಎಂದು ಅವಳನ್ನು ಹುರಿದುಂಬಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ನಾವು ಎಷ್ಟು ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಪ್ರಗತಿ ಸಾಧಿಸಿದ್ದೇವೆ? ನಮ್ಮ ಮಹಿಳೆ ಎಷ್ಟೊಂದು ಅತ್ಯುನ್ನತ ಸ್ಥಾನ ಅಲಂಕರಿಸಿದ್ದಾಳೆ, ನಾವು ಹೆಮ್ಮೆಯಿಂದ ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ, ಆದರೆ ಅಷ್ಟೇ ಬಹು ಮುಖ್ಯವಾದ ಮಹಿಳೆಯರ ಆದ್ಯ ಕರ್ತವ್ಯವೆಂದರೆ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಆರೋಗ್ಯಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲು ಅವಳು ಒಳ್ಳೆಯ ತಾಯ್ತನ ನೀಡುತ್ತಿಲ್ಲ. ಅಂದರೆ ಅಮೃತಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸರ್ವರೋಗ ನಿವಾರಕ ಶಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ರೋಗ ನಿರೋಧಕವೆಂದೇ ಹೆಸರಾದ ತಾಯಿ ಎದೆ ಹಾಲನ್ನು ಕೊಡದೇ ತಮ್ಮ ಸೌಂದರ್ಯಕ್ಕೆ ಕೊಡಲಿಪೆಟ್ಟು ಬೀಳುವುದೆಂದು ತಿಳಿದು ತಾನ್ನ ಸೌಂದರ್ಯ ಹಾಗೆ ಉಳಿಯಬೇಕೆಂದು ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಂತಹ ತಾಯಂದಿರಿಗೆ

ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಮೂಲಕ ಅರಿವುನುಂಟು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಂದಿನ ಆಧುನಿಕ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಹೀಗೆ ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕಗಳ ಬಳಕೆಗೆ ಆಧುನಿಕತೆಗೆ ಫ್ಯಾಷನ್, ಮಾರ್ಡನ್ ಮೊದಲಾದವುಗಳಿಗೆ ಅಂಟಿಕೊಂಡು ಕಂದಮ್ಮನಿಗೆ ಎದೆ ಹಾಲುಣಿಸದೇ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಕೊಲ್ಲುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಗರ್ಭಿಣಿಯರೂ ತಮ್ಮ ಹಾಗೂ ಮಗುವಿನ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಪೌಷ್ಠಿಕ ಆಹಾರ ಸೇವಿಸದೇ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಇದ್ದಂತಹ ಆಹಾರವನ್ನು ಸೇವಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಸಮತೋಲನ ಆಹಾರದ ಕೊರತೆಯುಂಟಾಗಿ ಪೌಷ್ಠಿಕತೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ ತಾಯಿ ಹಾಗು ಮಗುವಿನ ಆರೋಗ್ಯದ ಮೇಲೆ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವುದು. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ತಾಯಿ ಮತ್ತು ಮಗುವಿನ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅರಿವುನುಂಟು ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಮೂಲಕ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತಚಿಂತನೆಗಾಗಿ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸಮಾಜದ ನಿರ್ಮಾಣವು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಮಕ್ಕಳಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಮಕ್ಕಳ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಪೌಷ್ಠಿಕಾಂಶ, ಆರೋಗ್ಯ ರಕ್ಷಣೆ, ಗರ್ಭಿಣಿ ಮತ್ತು ಬಾಣಂತಿಯರಿಗೆ ಆರೋಗ್ಯ ಹಾಗೂ ಸಮಗ್ರ ಶಿಶು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆಗಳು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅದರ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ಹರಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೨: ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಮುದ್ದು ಮಗು ಹೆಣ್ಣು ಎಂಬ ಭೇದಭಾವ ಮಾಡದೇ 'ಹೆಣ್ಣಿರಲಿ, ಗಂಡಿರಲಿ ಮಕ್ಕಳೆರಡೇ ಇರಲಿ' ಎಂಬ ತತ್ವವನ್ನು ನಾವು ರೂಢಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇಂದು ಹೆಣ್ಣಿಗೆ ಹೆಣ್ಣೇ ವೈರಿಯಾಗಿದ್ದು, ಅನೇಕ ತಾಯಂದಿರು ಹೆಣ್ಣೆಂದು ಗೊತ್ತಾದ ಕೂಡಲೇ ಗರ್ಭಪಾತ ಮಾಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ದುರಂತವಾಗಿದೆ. ಹೆಣ್ಣು ಹಲವು ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವಳು ಅಂದರೆ, ತನ್ನ ಚತುರ್ಮುಖದಲ್ಲಿ ತಾಯಿಯಾಗಿ, ಹೆಂಡತಿಯಾಗಿ, ಮಗಳಾಗಿ, ಅಜ್ಜಿಯಾಗಿ ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಿ ಮನೆ-ಮನವನ್ನು ಬೆಳಗುವಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣು ತನ್ನನ್ನು ತಾನೇ ಸ್ಥಿರಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾಳೆ. ಇಂದಿನ ಆಧುನಿಕ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣು ಸಂಸಾರದ ಕಣ್ಣು, ಹೆಣ್ಣು ಶಾಲೆ ಕಲಿಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದು, ಹಲವಾರು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲೂ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ ಉದಾ: ಕ್ರೀಡಾಕ್ಷೇತ್ರ, ಚಲನಚಿತ್ರ, ರಾಜಕೀಯ, ವಿಜ್ಞಾನ, ವಾಣಿಜ್ಯ, ಬಾಹ್ಯಾಕಾಶ, ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿದ್ದು, ಆ ಮೂಲಕ ಪುರುಷನಿಗೆ ಸರಿಸಮಾನವಾಗಿ ದುಡಿಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದಾಳೆ.

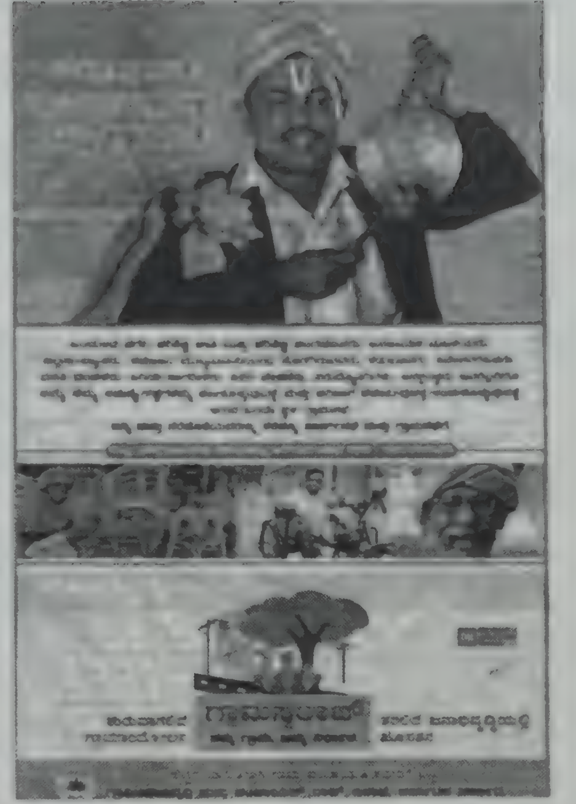


ಹೆಣ್ಣು ಮಗು ಹುಟ್ಟಿತೆ?
'ಭಾಗ್ಯಲಕ್ಷ್ಮಿ'ಯಿಂದ ನಿಶ್ಚಿಂತೆ.
ರೂ.10,000
ಬದಲಾವಣೆ ನನ್ನಿಂದಲೇ ಆರಂಭವಾಗಲಿ

ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿನ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ಕೇಂದ್ರ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಹಲವಾರು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಜನಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಸ್ತುತ್ಯಾರ್ಹ. ಹೆಣ್ಣು ಮಗು ಜನಿಸಿತೆಂದು ಹೆದರುವ ಬಡವರಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಹಿಂದುಳಿದ ವರ್ಗ ಪಂಗಡದ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗಾಗಿ ಇಂದು 'ಭಾಗ್ಯಲಕ್ಷ್ಮಿ' ಎಂಬ ಯೋಜನೆ ಆ ಮಕ್ಕಳ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸಕ್ಕಾಗಿ ಮೀಸಲಾಗಿಡುವ ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ಯೋಜನೆಯಾಗಿದೆ. ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿನ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ಆ ಮಗುವಿಗೆ ೧೮ ವರ್ಷಗಳು ತುಂಬಿದ ನಂತರ ಆ ಹಣವು ದ್ವಿಗುಣ, ತ್ರಿಗುಣವಾಗಿ ಆ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವಿನ ಆರೋಗ್ಯ ರಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ವಿಮೆಯನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದು ಹಾಗೂ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ವೇತನ ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಹೆಣ್ಣೆಂದು ತಾತ್ಸಾರ ಪಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹಲವು ಹತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿರುವ ಸರ್ಕಾರದ ಯೋಜನೆಗಳು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿ ಜನರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದೆ. ಹೆಣ್ಣು ಭ್ರೂಣಹತ್ಯೆಯಂತಹ ಅಮಾನವೀಯ ಕೃತ್ಯ ಮಾಡಬೇಡಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಸಂದೇಶ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಬದಲಾವಣೆ ನನ್ನಿಂದಲೇ ಆರಂಭವಾಗಲಿ ಎಂದು ನೋಡುಗರಿಗೆ ಅಥವಾ ಓದುಗರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೮: ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತು ಇದಾಗಿದೆ. ದಾಸಪ್ಪ ಕೇವಲ ಧರ್ಮ ಜಾಗೃತಿ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಇಂದು ಅನೇಕರಿಗೆ ಹಿಂದುಳಿದ ವರ್ಗದ ಜನತೆಗೆ ಇರುವ ವಿಶೇಷ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಜಾತಿ ಮತ್ತು ಪಂಗಡದ ಜನರಿಗೆ ಇರುವ ಸವಲತ್ತುಗಳು ಸಮಾಜದ ಅಸಹಾಯಕ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ, ಅಲ್ಪಸಂಖ್ಯಾತರಿಗೆ, ಸಮಾಜದ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯಿಂದ ದೂರ ಉಳಿದಿರುವವರಿಗೆ ಕಡುಬಡತನದ ಬೇಗೆಯಲ್ಲಿರುವ ಬಡಜನತೆಗೆ ನಿವೇಶನವಿಲ್ಲದ ಬೀದಿ ಪಾಲಾದ ಬಡತನ ರೇಖೆಗಿಂತ ಕೆಳವರ್ಗದವರಿಗೆ, ವಸತಿ ಸೌಲಭ್ಯದಿಂದ, ನಾನಾ ಕಾರಣಗಳಿಂದ ವಂಚಿತರಾದ ಜನತೆಯ ಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಇರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮುಖಾಂತರ ಪ್ರಕಟಿಸಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಲ್ಲಿ ಮೂಲಭೂತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಮಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿವೆ.

ಇಂತಹ ಜನತೆ ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಕಷ್ಟಕಾರ್ಪಣ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳಲು ಅದಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ಉತ್ತರ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಇರುವ (ಹಳ್ಳಿಯ ಜನರಿಗೆ) ಏಕೈಕ ಸಂಸ್ಥೆ ಅದು ಗ್ರಾಮಸಭೆ. ಈ



ಗ್ರಾಮಸಭೆಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗದ ಶೋಷಣೆಗೊಳಗಾದ ಜನರ ತೊಂದರೆ ಕಷ್ಟಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿರುವ ಜನತೆಗೆ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸ ಮೂಢಿಸಿ ಜೀವನದ ಭರವಸೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಈ ಗ್ರಾಮಸಭೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂತಹ ಗ್ರಾಮಸಭೆಗಳು ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಮಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮಸಭೆ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಮಪಂಚಾಯತಿಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗದ ಜನತೆಯ ಜನಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮಾಂದೋಲನ ಉಂಟು ಮಾಡಿ ಹೊಸತನವನ್ನು ಮೂಢಿಸಿ ಇಡೀ ಸಮಾಜದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಇಂದು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಹಳ್ಳಿಗಳ ಉದ್ಧಾರದಿಂದಲೇ ದೇಶದ ಉದ್ಧಾರ ಸಾಧ್ಯ ಎಲ್ಲರೂ ಹಳ್ಳಿಗಳತ್ತ ತಿರುಗಿ ಮೂಲ ಕಸುಬುಗಳಲ್ಲಿ ಗುಡಿಕೈಗಾರಿಕೆಗಳನ್ನು ಮುಂತಾದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಕಸುಬುಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿಯೇ ಉತ್ತಮ ಜೀವನ ನಿರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಗ್ರಾಮ ಸ್ವರಾಜ್ ಎಷ್ಟು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಇದೆಯೆಂದು ತೋರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ದೃಶ್ಯ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ದೇಶೀಯ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಸ್ವರೂಪದ್ದಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೯: ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಬಗ್ಗೆ ಜನರಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿ ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಜಾನಪದ ಜಾತ್ರೆ ಕುರಿತು ನೀಡಿರುವ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಪ್ರಚಾರ ನೀಡುವ ಹಾಗೂ ಪ್ರಾದೇಶಿಕವಾದ ಜನಪದ ಕಲೆಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿ ಆ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಕರ್ನಾಟಕದ ಜನಪದ ಕಲೆಯನ್ನು ವೈಭವದಿಂದ ಮೆರೆಸಿ ರಕ್ಷಿಸಿ ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಗುರುತರವಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ನಮ್ಮ ಸರ್ಕಾರಕ್ಕಿದೆ ಮತ್ತು ಜನರಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುವ ಕೆಲಸ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನದಾಗಿದೆ.

ಆಧುನಿಕ ಬದುಕಿನಲ್ಲಿ ಜಾಗತೀಕರಣದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿದೇಶಿ ಬಂಡವಾಳ ಹರಿದುಬರುತ್ತಿರುವ ಇಂದು ಹೈಟೆಕ್ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಾವಿದ್ದೇವೆ, ಕಾರಣ ನಮ್ಮ ಬದುಕು ಶ್ರಮರಹಿತವಾಗುತ್ತಿದೆ. ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಮ್ಮ ಜನಪದ ಕಲೆಗಳನ್ನು ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಮೂಲೆಗುಂಪು ಮಾಡುತ್ತಿವೆ, ಹೀಗೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಲಲಿತಕಲೆಗಳು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್

ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ಬದಲಾವಣೆ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿನ ಕಲೆ ಜಾನಪದ ಸಾಹಿತ್ಯ ಇಂದು ಕಣ್ಮರೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ. ಆಧುನಿಕತೆ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಣಗಳತ್ತ ವಾಲುತ್ತಿರುವ ಜನತೆ ತಮ್ಮ ಬೇರುಗಳನ್ನು ಕಳಚಿ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಪರಿವರ್ತನೆ ಹೊಂದುತ್ತಿದ್ದು, ಇಂದು ಜನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಬದಲಾವಣೆ ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಬಹಳ ಮಹತ್ವ ಪಡೆದಿದೆ.



ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ನಗರೀಕರಣ, ಜಾಗತೀಕರಣ, ಆಧುನೀಕರಣಗಳ ಪ್ರಭಾವ-ದಿಂದಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕ ಕ್ರಾಂತಿ-ಯಿಂದಾಗಿ ನಮ್ಮ ಜನಪದ ಕಲಾವಿದರು ಕಣ್ಮರೆಯಾಗಿ-ದ್ದಾರೆ. ಜನಪದ ವಾದ್ಯಗಳು, ಜನಪದ ಕುಣಿತಗಳು, ಜನ-ಪದ ಮೇಳದವರು ಹಲವಾ-ರು ರೀತಿಯ ವರ್ಗದ ಜನತೆ ಇಂದು ತಮ್ಮ ಕಲೆಯನ್ನು ಕಣ್ಮರೆಗೊಳಿಸಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಮರೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರವು ಹಲವಾರು ಕಾರ್ಯ-ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಂಡು ಗ್ರಾಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ವೈಭವವನ್ನು ಮೆಲುಕು ಹಾಕುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ ಅದರ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಹಕಾರ ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಉಳಿಸಿ ಬೆಳೆಸುವಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಪಾಲಿನ ಕರ್ತವ್ಯ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಜಾನಪದ ಜಾತ್ರೆಗಳಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಜನಪದ ಕಲಾವಿದರಿಗೂ, ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯವರು, ಪುನರ್ ಸಂಘಟನೆ, ಪುನರುಜ್ಜೀವನ ನಡೆಸಲು ಅಲ್ಲಿನ ಹಲವಾರು ಕಲೆಗಳನ್ನು ಕಲಾವಿದರನ್ನು ಒಂದೆಡೆ ಸೇರಿಸಿ ಜಾನಪದ ಧ್ವನಿ ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳನ್ನು ಮೆರೆಸಲು ನಿಮಗಾಗಿ ಇಂತಹ ಅವಕಾಶಗಳು ಬರುತ್ತಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ಸುಗ್ಗಿ ಕುಣಿತ, ತಮಟವಾದನ, ವೀರಗಾಸೆ, ವಿಟ್‌ಮೇಳ, ಪಟಕುಣಿತ, ಪೂಜಾ ಕುಣಿತ, ಕಣೆವಾದನ, ಹೂವಿನ ಕುಣಿತ, ಕೋಲಾಟ, ಗೊರವರ ಕುಣಿತ, ಪದಹೊಸಕೆ, ಕರಗೀಲು, ಕುದುರೆ ಕುಣಿತ, ನಾನಾವೇಶ ಧರಿಸಿದ ಈ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ನಾವು ಎಲ್ಲವನ್ನು ಸವಿಯಬಹುದು ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತ ಜನರನ್ನು ತನ್ನತ್ತ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು.

ಬುಡಕಟ್ಟು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅನೇಕ ಆಚರಣೆಗಳು ಇಂದು ಕಣ್ಮರೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಆಧುನಿಕ ಬದುಕು ಯಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿದ್ದು, ಕೇವಲ ದುಡಿಯುವುದು ಹಾಗೂ ತಿನ್ನುವುದು ಎನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಬೇಸರ ಮೂಡಿಸಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಮಗಳ ಕಲಾವೈಭವವನ್ನು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸಾರವನ್ನು ಸವಿಯಬೇಕಾದರೆ ಇಂತಹ ಜಾನಪದ ಜಾತ್ರೆ, ಜಾನಪದ ಮೇಳ, ಜನಪದ ಉತ್ಸವಗಳು ಆಚರಣೆಗೆ ನಮ್ಮ ಕಲೆಯನ್ನು ಆಶ್ರಯಿಸಿರುವ ಕಲಾವಿದರ ಉದರ ಪೋಷಣೆಯನ್ನು ಸೂಕ್ತ ಸಂಭಾವನೆಯೊಂದಿಗೆ ನೀಡಿದಾಗ ಕಲಾವಿದನ ಬದುಕು ಅರಳುತ್ತದೆ ನಮ್ಮ ಕಲೆ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೂ ಉಳಿಯುತ್ತದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತುಂಬ ಮೌಲಿಕವಾದ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವೈಭವವು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಇಂದಿನ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಜನಗಳಿಗೆ ನಮ್ಮ ವೈಭವದ ಕಲಾ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಪರಿಚಯ ಮಾಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉಸಿರೆ ಜಾನಪದ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಉಸಿರನ್ನು ಉಳಿಸುವ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೧೦: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಗ್ರಾಮೀಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ನೆನಪಿಸುವಂತಹ ಹಾಗೂ ವೇದಾಧ್ಯಯನದ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಿರುವಂತಹ ಕುಟೀರವೂ ಅದರ ನೈಜತೆ ಎಂಬಂತೆ ಅಥವಾ ಬುಡಕಟ್ಟು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿನ ಮೂಲಭೂತವಾದ ಕುಟೀರವೋ ಗುಡಿಸಲೋ ಎಂದು ಅನುಮಾನ ಬರುವುದು. ಪಕ್ಕದಲ್ಲೇ ವಿಶಾಲವಾದ ಸಮತಟ್ಟಾದ ಜಾಗ, ಸೌದೆ, ಕಟ್ಟಿಗೆಯನ್ನು ಕೂಡಿ ಹಾಕಿರುವುದು ಅದಕ್ಕೆ ಬಟ್ಟೆಯನ್ನು ಒಣಗಿಸಲು ಮಾಡಿರುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಎಲ್ಲವೂ ಅಂದಚೆಂದವನ್ನು

ಹೆಚ್ಚಿಸಿದೆ. ಅಲ್ಲದೇ ಗೋಡೆಗಳ ಮೇಲಿನ ಬರಹವೂ ಇನ್ನು ಬುಡಕಟ್ಟು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಚಿತ್ರಕಲೆಯನ್ನೇ ಜೀವಂತಗೊಳಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಗೋಚರವಾಗದೇ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ನಾವು ನಮ್ಮ ಬಿಡುವಿನ ವೇಳೆಯನ್ನು ಕಳೆಯಬೇಕಾದರೆ ಇಂತಹ ಪರಿಸರದ ಮಧ್ಯೆ ಇರುವ ನೈಜ ಶಿಬಿರಕ್ಕೆ ಬರಬೇಕು. ಅದರ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರ ನೋಡಿ ಮನಸಾರೆ ಆನಂದಿಸಬಹುದು. ನಮ್ಮ ಪರಿಸರ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಕಲೆ ಮತ್ತು ಅದರ ವೈಭವ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿ ಅವುಗಳಲ್ಲೇ ಮುಳುಗಿ ಏಳಬಹುದು. ನಾವು ಆಗಾಗ ಹೀಗೆ ಪ್ರಕೃತಿ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕೃತಿದತ್ತವಾದ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಬದುಕಿ ಅನುಭವ ಪಡೆಯುವ ನೈಜ ಹಳ್ಳಿಯ ಅನುಭವ ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿಸರ್ಗದತ್ತವಾದ ಕುಟೀರ ಅಲ್ಲಿನ ಪರಿಸರ ನಮ್ಮನ್ನು ಗ್ರಾಮೀಣ ಬದುಕಿನ ಸೊಗಡಿನತ್ತ ಕೊಂಡೊಯ್ಯುತ್ತಿದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ಮುಖಾಂತರ.



ಚಿತ್ರ ೧೧: ಸಮಾಜದ ಪುನರ್ ಸೃಷ್ಠಿಯಲ್ಲಿ, ಪರಸ್ಪರ ಸಹಬಾಳ್ವೆ ಸಮಾನತೆಗೆ, ಸೀಮಾತೀತವಾಗಿ ಸಂಬಂಧ ಬೆಳಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ. (ಜನರು ಮಾತ-ನಾಡುವಾಗ ಪ್ರತಿಬಂಧವನ್ನು ಮೀರುತ್ತಾರೆ ಏರ್‌ಟೆಲ್) ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಚಿಣ್ಣರಿಬ್ಬರು ಆಡುವ ಆಟದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಕಳಂಕವು ಕಂಡುಬರುವುದಿಲ್ಲ. ನಾನು ನನ್ನದು ಎಂಬ ದೇಶದ ಭಾಷೆಯ ಮತೀಯತೆ, ಆಡಂಬರ-ಅಹಂಕರಗಳು ದೂರವಾಗಿದ್ದು, ಈ ಚಿಣ್ಣರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ನಾಡು, ನುಡಿ, ಗಡಿ, ಸೀಮೆ, ಭಾಷೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಯಾವ ಭೇದಭಾವನೆಗಳು ಇವರಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲ. ತಿಳಿಯಾದ ಮನಸ್ಸಿನ ಈ ಮಕ್ಕಳು ಭಾರತ-ಪಾಕ್ ಗಡಿ ಹತ್ತಿರ ಆಟವಾ-ಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಯಾವ ಭಯಭೀತಿ-ಗಳಿಲ್ಲದೆ, ಮುಗ್ಧ ಮನಸ್ಸಿನಿಂದ ತಮ್ಮ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ತೇಲಿಸಿ ಆಟಪಾಠಗಳಲ್ಲಿ ಮೈಮರೆತು ಸ್ನೇಹಬಾಂಧವ್ಯಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮುಂದಾಗುವ ಇಂತಹ ಚಿಣ್ಣರ ಚಿತ್ತಾರದ ಬದುಕು ನಮಗೆ ಆದರ್ಶ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ನಾನು ನನ್ನದು ಎಂಬ ಸಂಕುಚಿತ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಹೃದಯ ವೈಶಾಲ್ಯತೆಯಿಂದ ಬದುಕಬೇಕು. ನಮ್ಮತನ.

ಸಂಕುಚಿತ ಮನೋಭಾವ ದೂರಮಾಡಿ ಹೃದಯ ವೈಶಾಲ್ಯತೆಯಿಂದ ಬದುಕುವುದು ಮುಖ್ಯ ಎನ್ನುತ್ತದೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಬಾಲಕರು ಭಾರತ, ಪಾಕ್ ಗಡಿಅಂಚಿನಲ್ಲಿ ಮುಕ್ತ ಮನಸ್ಸಿನಿಂದ ಆಟ ಆಡುತ್ತಿರುವುದು ನೋಡಿದಾಗ ನಾವು ನಮ್ಮ ದೇಶ, ನಮ್ಮ ಭೂಮಿ, ನಮ್ಮ ಗಡಿ, ಎಂದು ಹಗಲಿರುಳು ಹೋರಾಡಿ ಕಿತ್ತಾಡಿ ಕೊನೆಗೆ ಮುಗ್ಧ ಜೀವಿಗಳನ್ನು ಬಲಿಕೊಡಬೇಡಿ ಸಹಬಾಳ್ವೆಯಿಂದ ಬಾಳಿರಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಬದಲಾವಣೆ ಆದಾಗ ಇಡೀ ವಿಶ್ವವೇ ನನ್ನ ಮನೆ ಇಲ್ಲಿರುವ ಎಲ್ಲರೂ ನನ್ನ ಸಹೋದರರೆಂದು ತಿಳಿದು ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ನಾವು ಅವರೊಂದಿಗೆ ದೂರವಾಣಿ ಮೂಲಕ ಸಂಪರ್ಕಿಸಬಹುದೆಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಚಿತ್ರ ಸೂಚಿಸುತಲ್ಲಿದೆ. ಹೀಗೆ ಯುವಜನತೆ ಹಾಗೂ ಬಾಲಕರಾದಿಯಾಗಿ ನವ ಉಲ್ಲಾಸದಿಂದ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಬದುಕುತ್ತಾ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಮಾದರಿ ಆಗೋಣ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಭಾವನೆ ಶುದ್ಧವಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ, ರೇಖೆ, ಸೀಮೆ, ಇವು ಯಾವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಅತ್ಯಂತ ಸೃಜನಾತ್ಮಕ, ಸಂವೇದನಾಶೀಲವಾಗಿ ಮತ್ತು ಎರಡು ಭಿನ್ನ ಸಮಾಜವನ್ನೂ ಒಂದುಗೂಡಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯೂ ಸಾಂಕೇತಿಕವಾಗಿ ತೋರಿಸಿದೆ ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತವಾದ ಹೃದಯಸ್ಪರ್ಶಿಯಾದ ಸಂದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಜನಸಮೂಹಕ್ಕೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಭಿನ್ನ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಎರಡು ಸಮಾಜವನ್ನು ಭ್ರಾತೃತ್ವದಲ್ಲಿ ಬೆಸೆಯಲು ತುಂಬ ಸಹಕಾರ ನೀಡುತ್ತಲ್ಲಿವೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ೧೨: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಗೃಹೋಪಯೋಗಿ ವಸ್ತುವಾದ ಸರ್ಫ್ಎಕ್ಸೆಲ್ ಬಗ್ಗೆ ಗೃಹಿಣಿಯರ ಸರಳ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸಾಬೂನು ಹಾಗೂ ಸಾಬೂನು ಪುಡಿಗಳ ಬಳಕೆಯಿಂದಾಗುವ ಗುಣದೋಷಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸಮಾನ ಮನಸ್ಕರ ಮಹಿಳೆಯರು ಮಾತಿಗಿಳಿದಾದ ಈ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸುವುದು ಅವುಗಳ ಗುಣದೋಷಗಳ ವಿಮರ್ಶೆ ನಡೆಸುವುದು ಎಲ್ಲಾ ಕಡೆ ಕಾಣಬಹುದುದಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೂಡ ದಿನಕ್ಕೆ ಎರಡು ಬಕೆಟ್ ನೀರನ್ನು ಉಳಿಸಲು ಸರ್ಫ್ಎಕ್ಸೆಲ್ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ, ಅದರಲ್ಲಿನ ಅಂತಹ ಗುಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ನೀರನ್ನು ವ್ಯರ್ಥ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ನೀರಿನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕೆಲಸ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಬೇರೆ ಸಾಬೂನು, ಸಾಬೂನು ಪುಡಿಗಳು ಈ ಗುಣವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಈ ಸರ್ಫ್ ಎಕ್ಸೆಲ್ ಮಾತ್ರ ಬಹುಬೇಗ ಕೊಳೆಯನ್ನು ದೂರ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಕಡಿಮೆ ನೀರನ್ನು ಬಳಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದು. ಈ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ನೀರು ಉಳಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿಯ ಸಂದೇಶ ನೀಡಿದೆ.

ಇದರ ಮುಖ್ಯ ಗುಣವೆಂದರೆ, ಕಡಿಮೆ ನೀರಿನಲ್ಲಿ ತೊಳೆಯಲು ಸಹಾಯ ಹಾಗೂ ನೊರೆ



ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದು, ಹೊಸ ಸೂತ್ರದಂತೆ ಆವಿಷ್ಕಾರ ಹೊಂದಿದೆ. ಇದರ ಸಂಚುಕೂಟದಿಂದ ಬಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವ ಕಲೆಗಳೆಲ್ಲಾ ಮಾಯವಾಗಿ ಪ್ರತಿದಿನ ಎರಡು ಬಕೇಟ್ ನೀರು ಉಳಿತಾಯವಾಗುವುದು. ಕರ್ನಾಟಕಕ್ಕೊಸ್ಕರ ಹೀಗೆ ನೀರು ಉಳಿಸುವ ಗುಣವು ಮಹಿಳೆಯರಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕು ಮತ್ತು ಜಾಗೃತವಾಗಬೇಕು. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ನೀರಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಇದೊಂದು ಉತ್ತಮ ತಂತ್ರದ ಜಾಹಿರಾತು ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಮತ್ತು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕರ್ನಾಟಕದ ಮಹಿಳೆಯನ್ನು ದಿನನಿತ್ಯ ಎರಡು ಬಕೆಟ್ ನೀರು ಉಳಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ (ಸಾಮಾಜಿಕ) ನೀರಿನ ಸಮಸ್ಯೆ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಲು ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಒಂದು ಉಪಯೋಗಕರವಾದ ಸಲಹೆ ನೀಡಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶದ ಕಡೆಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಬೆಳಕು ನೀಡಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ೧೩: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬ ಆರೋಗ್ಯವಂತ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಇತರರ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತನೆ ಮಾಡುತ್ತಾ ಹೆಮ್ಮೆಯಿಂದ ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುವುದೇನೆಂದರೆ, ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಪ್ರಜೆಗೂ ಆರೋಗ್ಯ ಭಾಗ್ಯವು ಲಭಿಸಲಿ ಏಕೆಂದರೆ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ಬದುಕುವ ಹಾಗೂ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಕ್ಕು ಇದೆ. ಅಂತಹ ಆರೋಗ್ಯಪೂರ್ಣ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಸಮಾಜ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ. ಅಂದರೆ, ದೈಹಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ಎರಡು ಸಮ್ಮಿಳಿತಗೊಂಡಾಗ ಆ ವ್ಯಕ್ತಿ ಆರೋಗ್ಯವಂತ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ನಮ್ಮ ಜನತೆಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅರಿವನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರು ತಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸರ್ಕಾರ ಅನೇಕ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿದ್ದು, ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳು ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಸಮಾಜದ ವಿವಿಧ ವರ್ಗದ ಜನತೆಗೆ ತಲುಪಬೇಕಾದರೆ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಆಧಾರವಾಗಿವೆ.

ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿನ ಅನೇಕ ಗರ್ಭಿಣಿ ಮಹಿಳೆಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ನಾವು ಊಹಿಸುವುದು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅವರಿಗೆ ಪೌಷ್ಟಿಕ ಆಹಾರದ ಕೊರತೆ, ಅಲ್ಲದೇ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಹಂಬಲ ಬಹುಬೇಗನೇ ತಾಯಿಯಾಗುವ ಆಸೆ ಸೂಲಗಿತ್ತಿ ತಾಯಿಯರ ಅಭಾವ. ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಕಾರಣಗಳಿಂದ ಸರಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲದೇ, ಹಲವು ಹತ್ತು ಕಾರಣಗಳಿಂದ ತಾಯಿ ಮಗು ಎರಡೂ ಜೀವಕ್ಕೆ

ಹಾನಿಯಾಗುವ ಸಂಭವವೂ ಉಂಟು ಆದಕ್ಕಾಗಿ ಈ ವ್ಯಕ್ತಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ 'ಆರೋಗ್ಯ ಭಾಗ್ಯ ಲಭಿಸಲಿ' ಎಂದು ಅದು ನನ್ನ ಕನಸೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಅದರಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಪ್ರಜೆಯು ತಮ್ಮ ಜವಬ್ದಾರಿ. ಅರಿತು ಆರೋಗ್ಯಪೂರ್ಣರಾಗಿ ಬದುಕುವುದು, ಉಲ್ಲಾಸಮಯವಾದಂತ ನಗುವಿನ ಜೀವನ ಕಳೆಯುವುದು ಸದಾ ಆರೋಗ್ಯವಂತರಾಗಿ ನಗುತ್ತಾ ಇರುವುದು, ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆಯನ್ನು ಮಾಡಿಸಿ ಎಲ್ಲರೂ ಆರೋಗ್ಯವಂತರಾಗಿ ಬದುಕುವುದು. ಇಂದಿನ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಾಗಿದೆ ನಿಮ್ಮ ಭಾವನೆಯನ್ನು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಡಾ. ದೇವಿ ಶೆಟ್ಟಿಯವರು ಹಸನ್ಮುಖಿಯಾಗಿ ನಗೆ ಬೀರುತ್ತ ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ಆರೋಗ್ಯಭಾಗ್ಯ ಲಭಿಸಲಿ ಎಂದು ಆಶಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಪತ್ರಿಕೆಯನ್ನು ಓದುಗಾರರನ್ನು ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ, ರಾಜಕೀಯ, ಕಲೆ, ಸಂಗೀತ, ಸಂಶೋಧಕ ಹೀಗೆ ಹಲವು ಹತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಧನೆಗೈದ ಮಹಾನ್ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಚಿಂತನೆಗಳು ತಿಳಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಪತ್ರಿಕೆಯ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ಕರ್ನಾಟಕದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೋಸ್ಕರ ಹೇಗಿದೆ ಎಂದು ತೋರಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಜನರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿವೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

"ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ಆರೋಗ್ಯ ಭಾಗ್ಯ
ಹೀಗೆ ಕರ್ನಾಟಕ ಆಗಲಿ ಅನನ್ಯ."

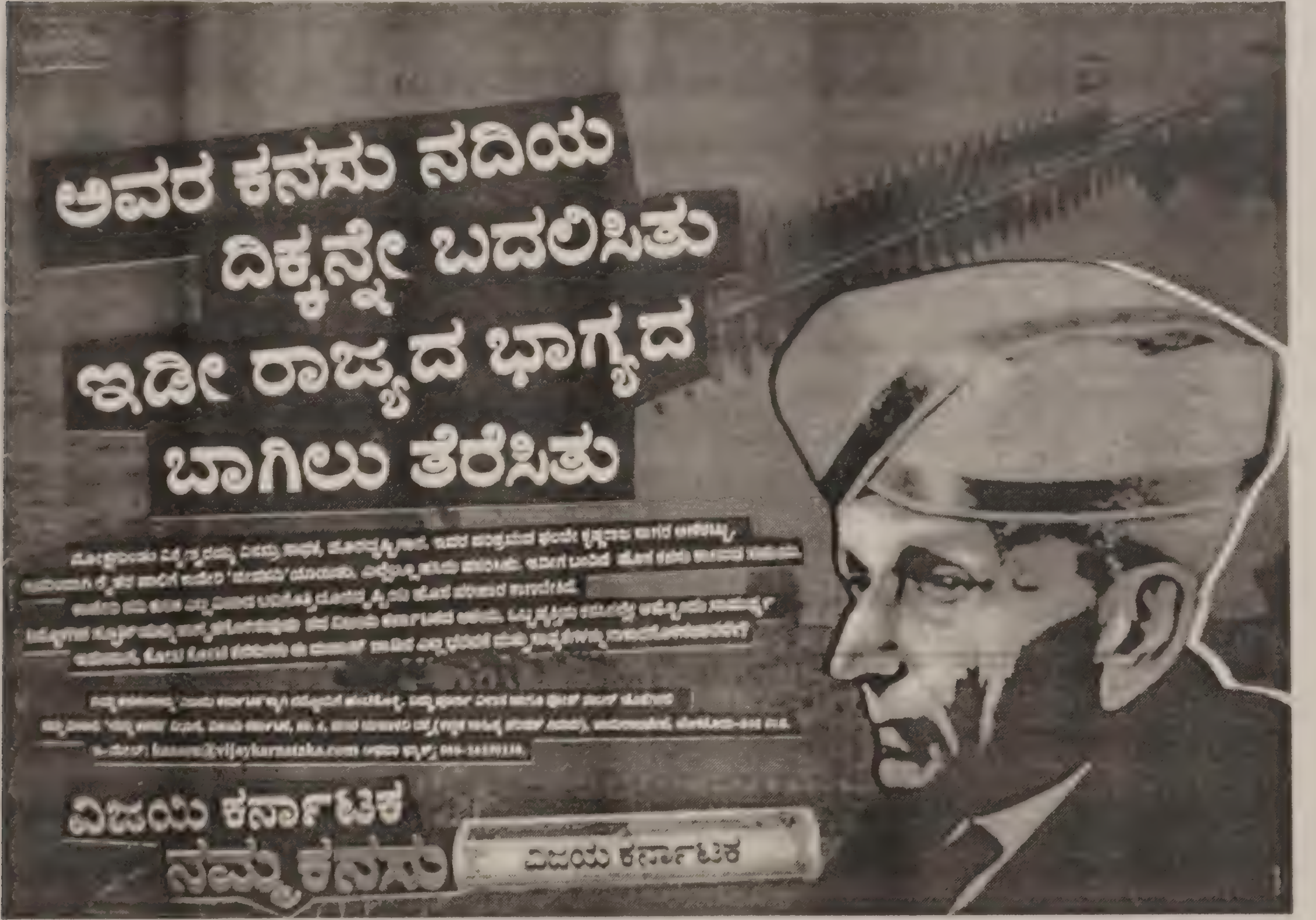
- ಡಾ. ದೇವಿ ಶೆಟ್ಟಿ



ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ
ನಮ್ಮ ಕನಸು

ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ

ಚಿತ್ರ ೧೪: ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಹೆಸರಾಂತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಿ ಹಾಗೂ ಮೈಸೂರು ಅರಸರ ಆಳ್ವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ದಿವಾನರಾಗಿದ್ದ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕೀರ್ತಿಯನ್ನು ದೇಶವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮೊಳಗಿಸಿದ್ದ, ಮಹಾನ್ ಕಾಯಕಯೋಗಿ, ಮೋಕ್ಷಗೊಂಡಂ ಸರ್ ಎಂ. ವಿಶ್ವೇಶ್ವರಯ್ಯನವರು.



ಅವರು ಕಟ್ಟಿದ ಕೆ.ಆರ್.ಎಸ್., ಜಲಾಶಯವು ಎಷ್ಟೊಂದು ಭೂಮಿಗಳಿಗೆ ನೀರಾವರಿ ಉಣಿಸುವ, ವಿದ್ಯುತ್ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಇಡೀ ಕರ್ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಭಾಗ್ಯದ ಬಾಗಿಲಾಗಿದೆ. ವಿಶ್ವೇಶ್ವರಯ್ಯ ಇವರ ಸಾಧನೆ, ದೂರದೃಷ್ಟಿ, ಇವರ ಪರಿಶ್ರಮ ರೈತರ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಳಜಿ, ಕಾರ್ಮಿಕರ ಬಗ್ಗೆ ಅನುಕಂಪ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಗುಣಗಳಿಂದ ಇಡೀ ರಾಜ್ಯದ ದಿಕ್ಕನ್ನೇ ಬದಲಿಸಿದ ಮಹಾನ್ ಶಿಲ್ಪಿ ಎಂದು ಕೀರ್ತಿವಂತರಾಗಿರುತ್ತರೆ. ಆದರೆ ಇದೀಗ ಹೊಸ ಕನಸು ಕಾಣುವ ಸಮಯ ಬಂದಿದೆ. ಅವರು ಯಾವಾಗಲೂ ಜನತೆಯ ಆಶೋತ್ತರಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವ ಭರವಸೆ ನೀಡಿ ಕನಸನ್ನು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದರು. ಇದರಿಂದ ನಮ್ಮ ಕರ್ನಾಟಕದ ದಿಕ್ಕೆ ಬದಲಿಸಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಇವರು ಮಾಡಿರುವ ದೊಡ್ಡ ದೊಡ್ಡ ಸಾಧನೆಗಳು ಯಾವುದೊಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯೂ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಕನ್ನಡಿಗರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಸರ್. ಎಂ.ವಿ. ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ಮಹಾನ್ ಶಕ್ತಿ.

ಇವರ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವು ಅಷ್ಟೇ ಸರಳವಾಗಿದ್ದು, ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಸರಳತೆ ರೂಢಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಭಾರತೀಯ ಶೈಲಿಯ ಪಂಚೆ ಧರಿಸುವ, ಭಗವದ್ಗೀತೆ ರೂಢಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು, ಎಲ್ಲಾ ಹಬ್ಬಗಳನ್ನು

ಸಂಭ್ರಮದಿಂದ ಆಚರಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಕರ್ನಾಟಕದ ಕನ್ನಡಿಗರ ಭಾಗ್ಯಶಾಲಿಯಾದ ಸರ್. ಎಂ.ವಿ. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿದಿದ್ದರೆ 'ಕನ್ನಂಬಾಡಿ ಕಟ್ಟೆ' ಎಂದೆ ಜನಮನದಲ್ಲಿ ಉಳಿದಿರುವ ಈ ಕೃಷ್ಣರಾಜ ಸಾಗರವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸದಿದ್ದರೆ ಬಹುತೇಕ ಕನ್ನಡಿಗರ ಸ್ಥಿತಿ ಗಂಭೀರವಾಗುತ್ತಿತ್ತು.

ಸರ್. ಎಂ.ವಿ. ಒಬ್ಬ ವಿನಮ್ರಸಾಧಕರು, ಇವರು ಮಾತಿಗಿಂತ ಕೃತಿಯಲ್ಲೇ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿ-ರುವರು, ಹಗಲಿರುಳು ಇವರ ಶ್ರಮವಹಿಸಿದ್ದೇ ಕೃಷ್ಣರಾಜಸಾಗರ ಆಣೆಕಟ್ಟು ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕಾಗಿ. ಅದು ರೈತರ ಪಾಲಿಗೆ ಕಾವೇರಿ ನದಿ ಆಯಿತು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಅದು ಜೀವನದಿಯಾಯಿತು ಅವರ ಕನಸು ನದಿಯ ದಿಕ್ಕನ್ನೇ ಬದಲಿಸಿತ್ತು ಮತ್ತು ಇಡೀ ರಾಜ್ಯದ ಭಾಗ್ಯದ ಬಾಗಿಲು ತೆರೆಸಿತು ಇಂತಹ ಮಹಾನ್ ವ್ಯಕ್ತಿಯಂತೆ ನಿಮ್ಮಲ್ಲಿ ಕನಸುಗಳಿದ್ದರೆ, ದೂರದೃಷ್ಟಿ ಇದ್ದರೆ, ಆಲೋಚನೆಗಳಿದ್ದರೆ, ಹೊಸ ಪರಿಹಾರಗಳಿದ್ದರೆ. ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ 'ನಮ್ಮ ಕನಸು' ಲೇಖನಗಳ ವೇದಿಕೆಗೆ ಅಂತಹ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ಲೇಖನಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಮೂಲಕ ಕನ್ನಡಿಗರಿಗೆ ಹುರಿದುಂಬಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಹಾಗೂ ನಿಮ್ಮ ಕನಸನ್ನು ಹೃದಯ ತುಂಬಿದ ಮಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಬಿಚ್ಚಿಡಿ. ಉಜ್ವಲ ಕರ್ನಾಟಕದ ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ನಾಡಿನ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ನಾಗರೀಕನ ಆಸೆ, ಕನಸು ಯಾವುವು? ಅವು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ, ನಿಮ್ಮ ಕನಸು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕಗೊಳಿಸಿ, ಸರ್ವರ ಏಳ್ಗೆಗೆ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಮನಬಿಚ್ಚಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಜನತೆಯನ್ನು ಕನಸುಗಾರನಾಗಿ ಕಲ್ಪನೆಗಾರನಾಗಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೫: ಈ ಚಿತ್ರವು ಹೆಸರಾಂತ ಸಂಗೀತ ವಿದುಷಿ ಡಾ॥ ಗಂಗೂಬಾಯಿ ಹಾನ್‌ಗಲ್‌ರವರ ಹಸನ್ಮುಖತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಕನ್ನಡ ನಾಡಿನ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಂಗೀತ ಸಂಪತ್ತನ್ನು ನಾಡಿನ ಉದ್ದಗಲಕ್ಕೂ 'ಕಂಚಿನ ಕಂಠದಿಂದ' ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಿದ ದೇಶ ವಿದೇಶಗಳಿಗೂ ಕನ್ನಡದ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಸಂಗೀತದ ಸೋನೆ ಮಳೆ ಸುರಿಸಿದ ಸಂಗೀತವನ್ನೇ ತನ್ನ ಜೀವನದ ಉಸಿರಾಗಿಸಿಕೊಂಡ ಗಂಗೂಬಾಯಿ ಹಾನ್‌ಗಲ್ ಒಬ್ಬ ಕನ್ನಡದ ಹಾಗೂ ಸಂಗೀತ ಲೋಕದ ಸುಧೆ ಹರಿಸಿದ ಹೆಮ್ಮೆಯ ಪುತ್ರಿ ಮತ್ತು ಕನ್ನಡದ ಸಂಗೀತ ತಾರೆ ಎನಿಸಿದ್ದಾರೆ.

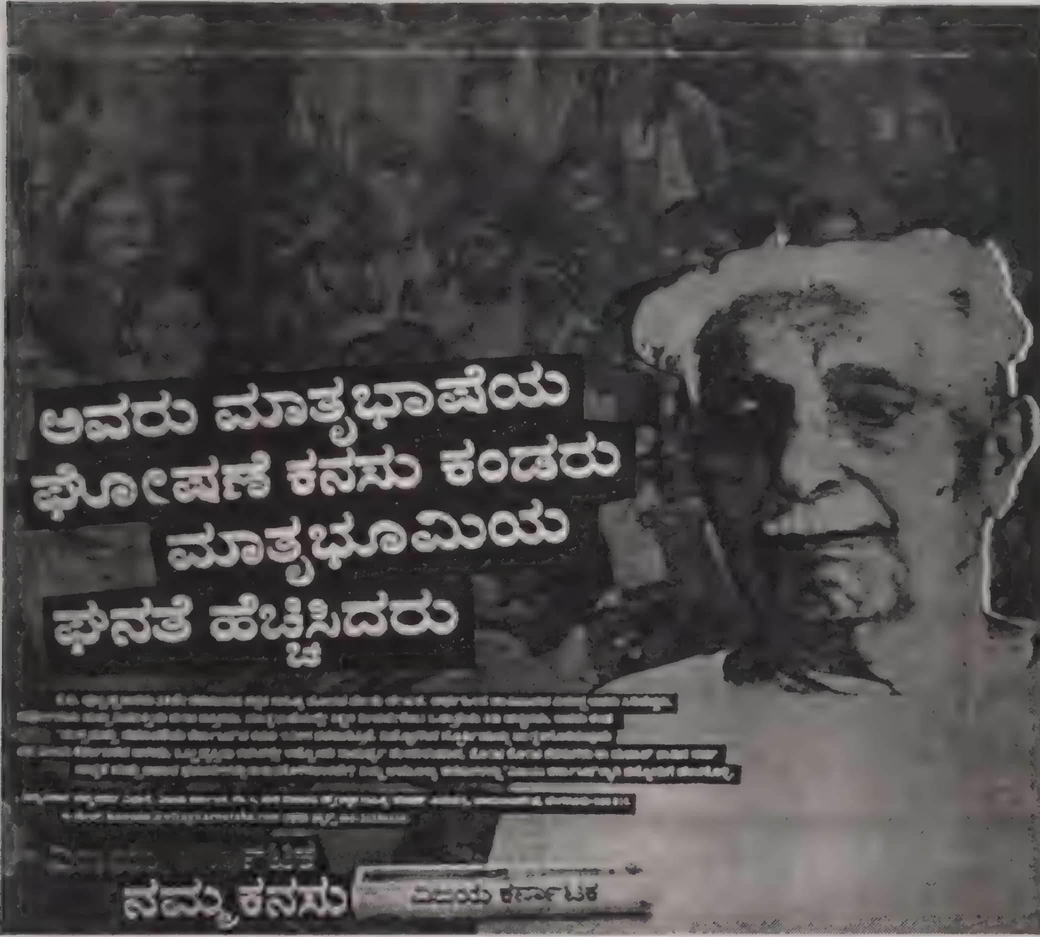
ಕನ್ನಡನಾಡು ಹಲವು ಹತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಮ್ಮೆಯ ಸಾಧನೆ ಮಾಡಿದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಸಂಗೀತದ ಸಂಪತ್ತು ಸವಿಯಲು ದೇಶ-ವಿದೇಶಗಳಿಂದ ಬರುವಂತಹ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಏರಿದೆ. ನಮ್ಮ ಸಂಗೀತದ ಪ್ರಕಾರ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಗೀತ, ಹಿಂದೂಸ್ತಾನಿ ಸಂಗೀತವನ್ನು ನಾಡಿನಾದ್ಯಂತ ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ವಿಶ್ವದಾದ್ಯಂತ ಇದರ ಮಹತ್ವ ಸಾರುವ ಹಾಗೂ ವಿಶ್ವದಾದ್ಯಂತ ಜನತೆ ಕೇಳುವ, ಆನಂದಿಸುವ ಕನಸನ್ನು ಕಂಡ ಕನ್ನಡದ ಸಂಗೀತ ತನೂಜೆ ಹಾನ್‌ಗಲ್‌ರವರು ಸಂಗೀತಕ್ಕೆ ಭೂಷಣಪ್ರಾಯರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ಅಂತಹ ಕನಸು, ಕಲ್ಪನೆ, ಕಾರ್ಯಶೀಲತೆ ನಿಮ್ಮಲ್ಲಿದ್ದರೆ, ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಗಂಗೂಬಾಯಿ, ಕರ್ನಾಟಕದ ಕೋಗಿಲೆಯಾಗಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಗೀತ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಕಲಾವಿದರಿಗೆ ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆ, ಸಂಗೀತ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಲೋಕದ ಉಸಿರಂತೆ ಇರುವ ಮಹಾನ್ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ದೂರದೃಷ್ಟಿ, ಕಲ್ಪನೆ, ಕನಸುಗಳನ್ನು ಚಿತ್ತರಿಸುವಾಗ ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಪತ್ರಿಕೆ ತನ್ನ ಪ್ರಚಾರದ ಜೊತೆ ಜೊತೆ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಕಲೆ, ರಂಗಕಲೆ, ದಾರ್ಶನಿಕರು, ತತ್ವಜ್ಞಾನಿಗಳು, ಒಟ್ಟಾರೆ,

ಕನ್ನಡನಾಡಿನ ದಿಗ್ಗಜರನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಅಂತಹ ಶ್ರೇಷ್ಠ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗಲಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂದೇಶ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

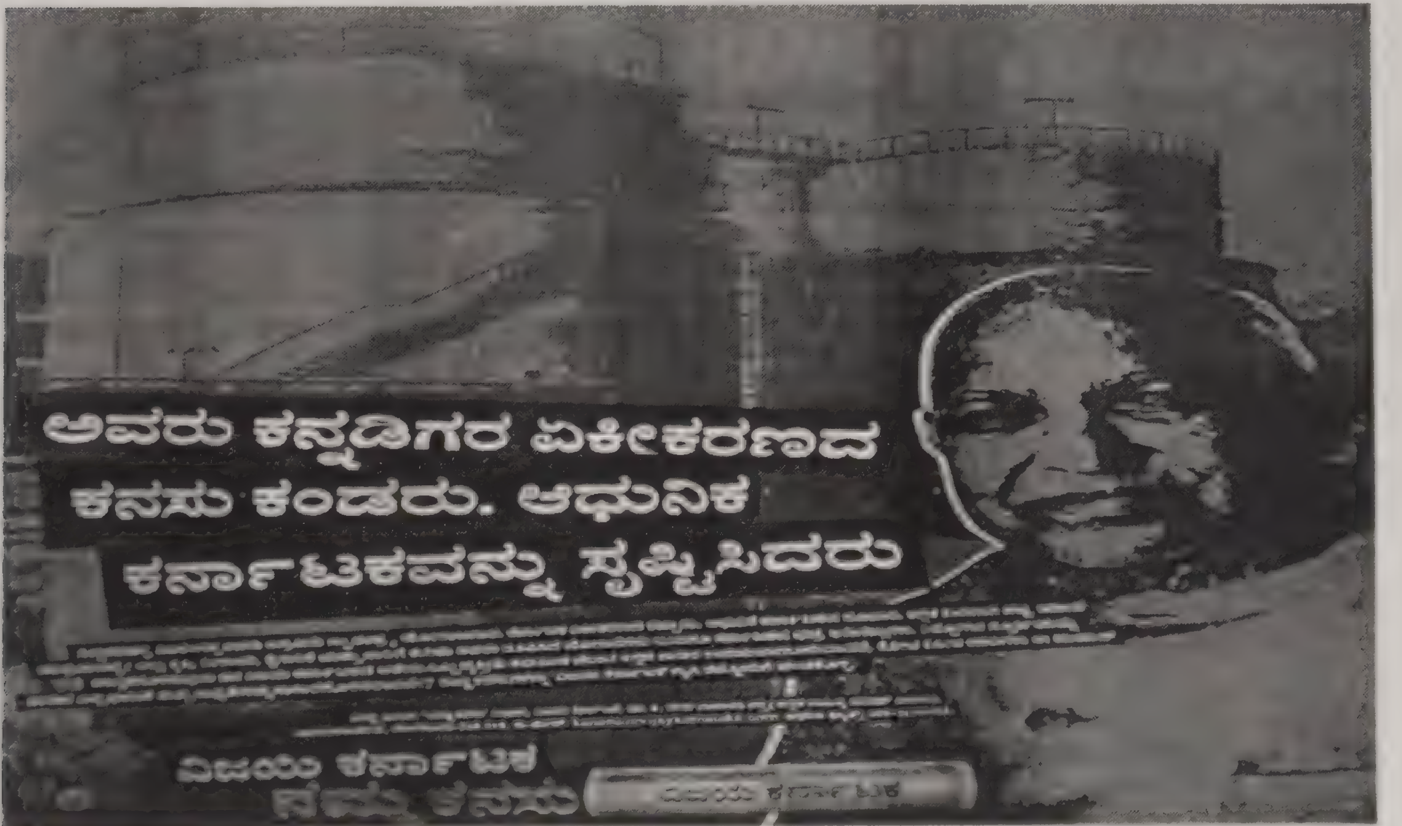
ಚಿತ್ರ ೧೬: ರಾಷ್ಟ್ರಕವಿ ಕುವೆಂಪು ಅವರು ಮಾತೃಭಾಷೆಯ ಕನಸು ಕಂಡು ಈ ಮಾತೃಭೂಮಿಯ ಘನತೆ ಗೌರವ ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕೆಂದು ಹಂಬಲಿಸುವಲ್ಲಿ ಕುವೆಂಪು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಪ್ರಯತ್ನವಾದಿಗಳಾಗಿದ್ದಾರೆ. ವಿಶ್ವದ ಅನೇಕ ಶ್ರೇಷ್ಠ ಲೇಖಕರ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ನಿಲ್ಲಬಹುದಾದ ಬಹು ದೊಡ್ಡ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಪಡೆದ ಕುವೆಂಪು ವಿಶ್ವಮಾನವ ಸಂದೇಶ ಸಾರುತ್ತಾ ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ ಮಗುವಿಗೆ ಮಾತೃಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಬೇಕೆಂಬ ಕನಸು ನನಸಾಗಬೇಕೆಂದು ಒತ್ತಿ ಒತ್ತಿ ಹೇಳಿದವರು.

'ಕಾಡಿನ ಕೊಳಲಿದು ಕಾಡ ಕವಿಯು ನಾಂ ನಾಡಿನ ಜನರೊಲಿದಾಲಿಪುದು' ಎಂದು ನುಡಿದವರು ಮಾತೃಭಾಷೆ ಕಲಿಕೆ ನಮ್ಮ ಶ್ರದ್ಧೆ ಆಗಬೇಕು. ಕುವೆಂಪು ಅವರ ಈ ಕಲ್ಪನೆ, ಭಾವನೆ, ಎಷ್ಟೊಂದು



ಸಮಾಜಮುಖಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಕವಿನುಡಿಯ ಚೈತನ್ಯವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ನಾವು ನಮ್ಮದು ಎಂಬ ಭಾಷಾಭಿಮಾನ ಎಲ್ಲರಲ್ಲೂ ಮೂಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಆಧುನಿಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಜೊತೆಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಇಂತಹದೊಂದು ಸಂದೇಶವು ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಪತ್ರಿಕೆಯು ತನ್ನ ಓದುಗಾರರಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಹಾಗೂ ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಕುವೆಂಪು ಉದಯವಾಗಿ ನಾಡಿಗೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಅಪಾರ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಲಿ ಎನ್ನುವ ಅರ್ಥವು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೭: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುವುದೇನೆಂದರೆ ಕರ್ನಾಟಕ ಬಹು ಚಾಣುಕ್ಯ



ರಾಜಕಾರಣಿಗಳಲ್ಲಿ, ಒಬ್ಬರಾದ ಸಿದ್ದವ್ವನಹಳ್ಳಿ ನಿಜಲಿಂಗಪ್ಪನವರು, ಕರ್ನಾಟಕ ಏಕೀಕರಣದ ಶಿಲ್ಪಿಗಳಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬರು, ಅವರು ಆಧುನಿಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕನಸನ್ನು 'ವರ್ತನೆಯ ನರ್ತನಕೆ ಪರಿವರ್ತನೆಯೇ ಶೃಂಗಾರ' ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಕಂಡವರು, ಅಪ್ರತಿಮ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಹೋರಾಟಗಾರರೂ ಆಗಿದ್ದು, ವೃತ್ತಿಯಿಂದ ವಕೀಲರಾದ ಇವರು ಕಾನೂನುಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸದಷ್ಟೇ ಜನತೆಯ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಶ್ರದ್ಧೆ ವಹಿಸಿದವರು, ಆಧುನಿಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಶಿಲ್ಪಿ, ರುವಾರಿಗಳಾದ ಅಷ್ಟೇ ಪರಿಶ್ರಮವನ್ನು ವಹಿಸಿದ ಹಲವಾರು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿ, ಕನ್ನಡಿಗರಿಗೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಶ್ರೀಕಾರ ಹಾಡಿದ ನಿಜಲಿಂಗಪ್ಪನವರು ಧೀಮಂತ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿಗಳೂ ಆಗಿದ್ದರು. ಕೃಷಿ, ನೀರಾವರಿ, ಕೈಗಾರಿಕೆ, ಸಾರಿಗೆ ಇನ್ನು ಹಲವಾರು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಕಂಡಾಗ ಮಾತ್ರ ನಮ್ಮ ಕರ್ನಾಟಕದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದು, ತತ್ವನಿಷ್ಠ ರಾಜಕಾರಣಿ ನಿಜಲಿಂಗಪ್ಪನವರು ಚೆಲುವ ಕನ್ನಡನಾಡು ಉದಯವಾಗಬೇಕೆಂದು ಕನಸು ಕಂಡವರು. ಅವರ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ತೋರಿಸುವುದರಿಂದ ರಾಜ್ಯ ರಾಜಕೀಯದಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿಯಾದ ಒಬ್ಬ ನಾಯಕ ತಯಾರಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜಕೀಯವಾಗಿ ಮುನ್ನಡೆಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಒಬ್ಬ ಮೇಧಾವಿ ರಾಜಕೀಯ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣುವುದರಿಂದ ಇಲ್ಲಿನ ರಾಜಕೀಯ ಪರಿವರ್ತನೆಗೆ ಇದು ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಎಲ್ಲರೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು.

ಚಿತ್ರ ೧೮: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅತಿ ಸರಳ, ಸುಲಭ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನೀಡುವಂತಹ ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆ ತೆರೆಯಲು ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ, ಉತ್ತಮಗುಣಮಟ್ಟದ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಕೆನರಾ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಎಲ್ಲರೂ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬಹುದು. ಭಾರತ ಹಳ್ಳಿಗಳ ನಾಡು, ಇಲ್ಲಿ ನೂರಾರು ಗ್ರಾಮೀಣ ಗುಡಿಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ತಲೆಯೆತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಬಹಳ ಪ್ರಾಚೀನ ಕಾಲದಿಂದಲೂ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಕಸುಬುದಾರರು ಇದ್ದು ಅವರ ಆರ್ಥಿಕತೆ, ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟ ತಲುಪಲು ಇಂತಹ ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆ ತೆರೆಯಲು ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ಕುಂಬಾರಿಕೆ, ಕಸಬುದಾರರಿಗೂ, ಬಟ್ಟೆ ಹೆಣೆಯುವ ಬಡಮಹಿಳೆಯರಿಗೂ, ಕಮ್ಮಾರಿಕೆ ಮಾಡುವವರಿಗೂ, ದರ್ಜಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ, ಬಟ್ಟೆ ಹೊಲಿಯುವವರಿಗೂ, ಗಾಡಿ ಎಳೆದು ಜೀವನ ಸಾಗಿಸುವವರಿಗೂ ಕೃಷಿಯಲ್ಲಿ ಕೂಲಿನಾಲಿ ಮಾಡುವವರಿಗೂ, ಸಣ್ಣಪುಟ್ಟ ಅಂಗಡಿ ನಡೆಸುವ ವೃತ್ತಿಯವರಿಗೂ, ಇಂದು ಹಣಕಾಸಿನ ಉಳಿತಾಯದ ಅರಿವನ್ನು ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ತುಂಬಾ ಅವಶ್ಯ ಎನಿಸುವುದು.

ಆರ್ಥಿಕ ಮಿತವ್ಯಯದಿಂದ ಜೀವಿಸಿ ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಮೀಸಲಾಗಿರುವಂತಹ ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆ ಪ್ರಾರಂಭ ಮಾಡಿ ಅದರಿಂದ ಮಹಿಳೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ಸುಧಾರಣೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಅಷ್ಟೇ ಏಕೆ

ಕೆನರಾ ಬ್ಯಾಂಕ್

ಕ್ಯಾನ್‌ಸರಳ್

ಅತಿ ಸರಳ

ಅತಿ ಸುಲಭ

ರೂ.25/-

ಕೆನರಾ ಬ್ಯಾಂಕ್

CANARA BANK

(A Govt. of India Undertaking)

ಜೀವನ ಪರ್ಯಂತ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್

ಉಚಿತ. ATM ಕಾರ್ಡ್ ಪಡೆಯಲು. ಪಾಸ್‌ಬುಕ್ ಸೌಲಭ್ಯ, ಚೆಕ್‌ಬುಕ್ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಣ್ಣ ಉಳಿತಾಯ ಅತ್ಯಂತ ಅವಶ್ಯಕ ಎನಿಸುವುದು. ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಒಂದು ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ಕೆನರಾ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಹಲವಾರು ರೈತಪರ ಕಸಬುದಾರರ ಹಿತಕಾಯುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಆರ್ಥಿಕ ಉಳಿತಾಯದಾರನಾಗಿ ಆ ಮೂಲಕ ಆರ್ಥಿಕ ಮೂಲ ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಂಡು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವ ಕೊಡಬೇಕೆಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಸಾಮಾಜದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲ ವರ್ಗಗಳ ಜನರು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ ಕರ್ನಾಟಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಲು ಸಾಧ್ಯ. ಅದಕ್ಕೆ ಎಲ್ಲ ಕಸುಬುದಾರರಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಅವರ ಜೀವನ ಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಣೆ ಹೊಂದಿ ಸಮಾಜವು ಸದೃಢವಾಗಿ ನಿರ್ಮಿತವಾಗಲಿ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಸೂಚಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೯: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಚಲಿಸುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ೧೯೮೨ರಿಂದ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ಜನತಾ ಆಂದೋಲನವನ್ನು ಚಾಲನೆಗೊಳಿಸಿದ ಗಾಂಧೀಜಿಯವರ ತತ್ವಗಳು, ಅಹಿಂಸಾ ಮಾರ್ಗ ಇತ್ಯಾದಿ ಜನತೆಗೆ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ತುಂಬುತ್ತಿದ್ದು, ಎಲ್ಲಾ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಪ್ರೇಮಿಗಳಿಗೆ ಗಾಂಧೀಜಿಯವರ ಜೀವನ ಮತ್ತು ಹೋರಾಟವು ಸ್ಫೂರ್ತಿಯ ಸೆಲೆಯಾಗಿದ್ದುದನ್ನು ನೆನಪಿಸುತ್ತದೆ. ಗಾಂಧೀಜಿಯವರ ಚರಕ ಎಲ್ಲಾ ಸ್ವತಂತ್ರ ಹೋರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಪ್ರಗತಿಯ ಚಕ್ರವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದೆ, ನೂಲುವ ನೇಯ್ಗೆ ಮಾಡುವ ಖಾದಿ ಬಟ್ಟೆ ತಯಾರಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಾವು ಸ್ವದೇಶಿ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಬಳಸಬೇಕು. ನಮ್ಮ ಗುಡಿ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಾಗಬೇಕು. ಒಟ್ಟಾರೆ ಇಡೀ ಭಾರತದೇಶ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ಚಲಿಸುವ ಚಕ್ರದಂತೆ ತಿರುಗಬೇಕು ಎಂಬ ಸಂಕೇತವು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಂದಿದೆ.

ಚಲಿಸುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ಸಾವಿರದ ಒಂಭೈನೂರ ಎಂಭತ್ತೆರಡರಿಂದ (೧೯೮೨)



ಎಂದು ಮಾರುತಿ ಸುಜುಕಿ ಕಂಪನಿ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ಹೇಳಲ್ಪಡುತ್ತಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ದೇಶವಾಸಿಗಳಿಗೆ ಇದು ಸ್ವದೇಶಿ, ಗಾಂಧೀಜಿಯ ತತ್ವನಿಷ್ಠೆ, ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ ಸ್ಪೂರ್ತಿ ನೀಡಿರುವ ಸಂಕೇತವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಭಾರತೀಯರಿಗೆ ೨೦೦೨ರ ೧೫ನೇ ಆಗಸ್ಟ್ ಸ್ವಾತಂತ್ರ ದಿನೋತ್ಸವದ ಶುಭಾಶಯಗಳು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಬ್ಬ, ಉತ್ಸವ, ಸಂತೋಷದಲ್ಲಿ ಮಾರುತಿ ಕಂಪನಿ ಸಹ ಸ್ವದೇಶಿ ಪ್ರಗತಿ, ಗಾಂಧೀಜಿ ತತ್ವ ಎಲ್ಲಾ ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ದೇಶವಾಸಿಗಳ ಸಂತೋಷದ ಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಸಂತೋಷ ಮತ್ತು ಶುಭಾಶಯವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿನ ಚಿತ್ರವು ಭಾರತೀಯರ ಒಗ್ಗಟ್ಟು ಹೋರಾಟದ ಛಲ, ಪ್ರಮಾಣಿಕತೆ, ದೇಶೀ ವಸ್ತುಗಳ ಪ್ರೇಮ, ಅಹಿಂಸ ಮಾರ್ಗ, ಎಲ್ಲವು ಕ್ಷಣ ಹೊತ್ತು ಸ್ಮರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಿದೆ. ಸಮಾಜದ ಸಂಘಟನೆಗೆ, ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ, ಸ್ಪೂರ್ತಿಗೆ ಇಲ್ಲಿನ ಚಿತ್ರವು ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ ೨೦: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ರಾಷ್ಟ್ರ ಪ್ರೇಮವನ್ನು ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಕೇಸರಿ, ಬಿಳಿ, ಹಸಿರು, ನಡುವೆ ಚಕ್ರವು ಜನತೆಯಲ್ಲಿ ಏಕತೆ ಮೂಡಿಸಿ ಸ್ವಾಭಿಮಾನ ದೇಶ ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧರಾಗೋಣ. ನಮ್ಮ ಯಾವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೂ ಹೆದರಬಾರದು, ನಮಗೆ ವಿಶೇಷ ಸ್ವತಂತ್ರ ಅನುಭವಿಸುವ ಹಕ್ಕು ಇದೆ, ಈ ತ್ರಿವರ್ಣ ಧ್ವಜದ ಸಂಕೇತಗಳೇ ತ್ರಿವರ್ಣ ಸಾಬೂನು ಜನತೆ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ನಿಮಿತ್ತ ಇಂತಹ ವಸ್ತು ಬಳಕೆಗೆ ಸ್ವಾಗತವಿದೆ ಎಂದು ನಮ್ಮ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ರಜ್ಞೆ ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಿದೆ.

ಪಿಯರ್ಸ್ ಸೋಪ್ ೧೯೮೭ರಿಂದ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನದ ಜಾಹಿರಾತು ನೀಡುತ್ತಲ್ಲಿದ್ದು, ೨೦೦೨ರ ಆಗಸ್ಟ್ ೧೫ರ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಉತ್ಸವದ ಶುಭಾಶಯಗಳು ತ್ರಿವರ್ಣ ಬಣ್ಣದೊಂದಿಗೆ ತನ್ನ ವಸ್ತುವನ್ನು ತೋರಿಸುವ

ಮೂಲಕ ರಾಷ್ಟಕ್ಕೆ ಗೌರವ ಸೂಚಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಮತ್ತು ತ್ವಚೆಯ ಚಿಂತೆಯಿಂದ ಮುಕ್ತಿಯಿಂದು (ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು) ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ವಿಶೇಷ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ ಕೊಡುಗೆಯಾಗಿ ಪ್ರತಿ ಪ್ಯಾಕ್‌ನ ಮೇಲೆ ಐದು ರೂಪಾಯಿ ಕಡಿಮೆ (ಆಫರ್) ಮಾಡಿ ಜನಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ ಸಂತೋಷಕ್ಕಾಗಿ ಈ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಪ್ರಕಟಿಸಿದೆ. ಹೀಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಸಮಾಜವನ್ನು, ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಸ್ಪಂಧಿಸುವ ಮೂಲಕ ಜನರಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ ೨೧: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೇಸರಿ, ಬಿಳಿ, ಹಸಿರು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಭಾವೈಕ್ಯತೆ ಮೂಡಿಸುವ ತ್ರಿವರ್ಣ ಧ್ವಜದ ಸಂಕೇತಗಳಾಗಿದೆ ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಐಕ್ಯತೆಯ ಬದುಕಿನಲ್ಲಿ ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಒಂದೇ ನಮ್ಮ ಬಣ್ಣ, ಜಾತಿ, ಧರ್ಮ, ವರ್ಗ, ಪಂಗಡ ಬೇರೆಯಾಗಿದ್ದರೂ ನಾವೆಲ್ಲಾ ಒಂದೇ ವಿಶಾಲ ಭಾರತೀಯರು, ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯದ ಸ್ಫೂರ್ತಿಗೆ ವಂದನೆಗಳು ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತ ಈ ಕ್ಲಾಸಿಕ್ ಪೋಲೊ ಉತ್ಪನ್ನ ಜಾಹಿರಾತು ಸ್ವತಂತ್ರಯೋಧರನ್ನು ದೇಶಭಕ್ತರನ್ನು ನಮಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು, ದೇಶದ ಬಗ್ಗೆ ಅದಕ್ಕಿರುವ ಗೌರವವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಕೇವಲ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಮನೋಭಾವನೆಯೊಂದೆ ಇದ್ದರೆ ಸಾಲದು ಜೊತೆಗೆ ರಾಷ್ಟ್ರ, ಸಮಾಜ, ಸಮುದಾಯ, ಇವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಮ್ಮದೇ ಆದ ಕರ್ತವ್ಯಗಳು ಇರುತ್ತವೆ ಎಂದು ಸಹ ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಸ್ವಹಿತದ ಜೊತೆಜೊತೆಗೆ ಸಮಾಜದ ಸಮುದಾಯದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಜನರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ, ಅಭಿಮಾನವುಂಟು ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ.

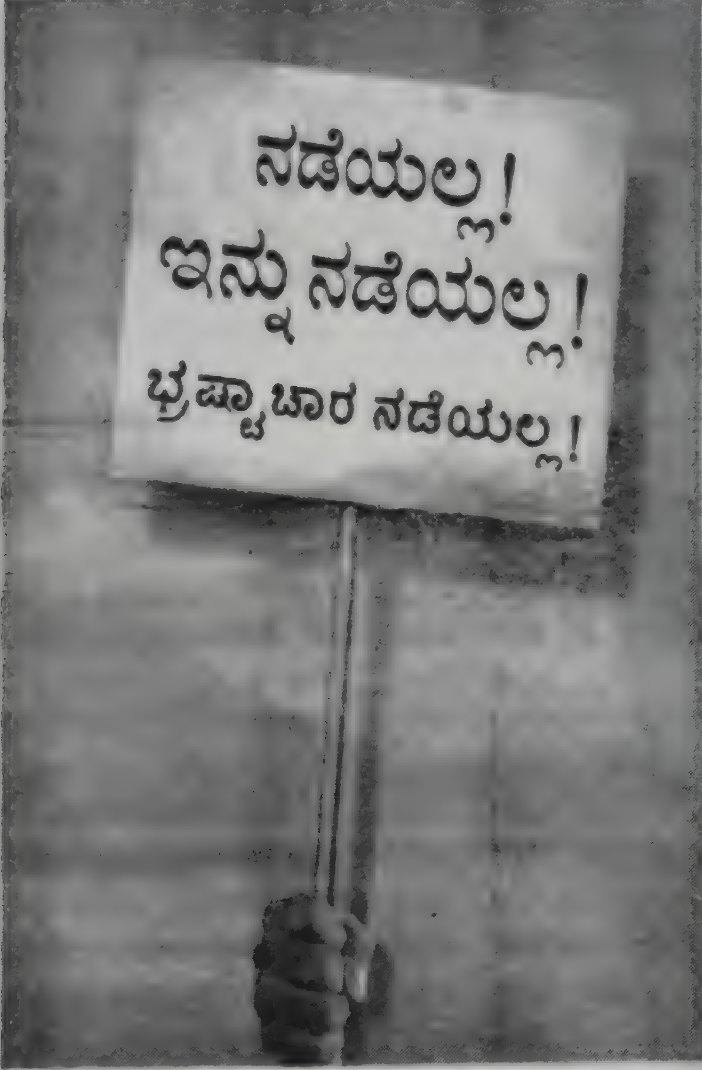
ಈ ಮುಂದಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಪತ್ರಿಕೆಯು ತನ್ನ ಓದುಗರನ್ನು ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೆಯ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತು ನೀಡಿದೆ. ಸಾಹಿತ್ಯ ಜೀವನದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಆದರೆ, ಪತ್ರಿಕೆ ಸಮಾಜದ ದೈನಂದಿನ ಬದುಕಿನ ಘಟನೆಗಳು, ಆಗು ಹೋಗುಗಳ ಕುರಿತು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಎನ್ನುವ ಮಾತು ಸತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಸಮಾಜದ ಕಿಟಕಿಗಳನ್ನು ತೆರೆದಿದ್ದು, ಸ್ವಚ್ಛ ಗಾಳಿ, ಬೆಳಕು ಪ್ರವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಲಿವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಲು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಲ್ಲಿ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ತುಂಬಲು ಮತ್ತು ಅವರು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರಾಗಲು ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಪತ್ರಿಕೆ ಒಂದು ವಿನೂತನವಾದ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವದ ಆಧಾರ ಸ್ತಂಭಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ. 'ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಲ್ಲದ ಸರಕಾರ ಬೇಕೋ ಅಥವಾ ಸರ್ಕಾರವಿಲ್ಲದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಬೇಕೋ ಎಂಬ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡಲು ನನಗೊಬ್ಬನಿಗೇ ಅವಕಾಶಕೊಟ್ಟರೆ, ನಾನು ಸರಕಾರವಿಲ್ಲದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳೇ ಬೇಕು ಎಂದು ಒಂದು ನಿಮಿಷವೂ ತಡಮಾಡದೇ ಹೇಳಿಬಿಡುತ್ತೇನೆ ಎಂದು ಅಮೇರಿಕಾದ ಮಾಜಿ ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಥಾಮಸ್ ಜಫರಸ್ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ'[೧] ಅಂದರೆ ಒಂದು ಸದೃಢ ಸಮಾಜದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಪತ್ರಿಕೆ ಎಷ್ಟು ಮುಖ್ಯ ಎನ್ನುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ.



ಚಿತ್ರ ೨೨: ಇತ್ತೀಚಿನ ಧರಣಿ, ಸತ್ಯಾಗ್ರಹ, ಅಹವಾಲು, ನಿವೇದನೆ ಮಾಡುವ ನೂತನ ವಿಧಿವಿಧಾನಗಳು ನಮ್ಮ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, ಅದು ಕೇವಲ ಮುಷ್ಕರ ಮಾಡುತ್ತಾ ಸಿಕ್ಕ ಸಿಕ್ಕ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಹಾಳು ಮಾಡದೇ ಸುಟ್ಟು ಹಾಕದೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಆಸ್ತಿಪಾಸ್ತಿ ನಷ್ಟ ಮಾಡದೇ ಬೌದ್ಧಿಕವಾಗಿ, ಜಾಣ್ಮೆಯಿಂದ ಬರಹ ಸ್ವತಂತ್ರ್ಯದ ಮೂಲಕ ಲೇಖನಿ ಹಿಡಿದು ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಬೇಕು. ಧರಣಿ ಸಾಕು, ಮೆರವಣಿಗೆ ಬೇಡವೇ ಬೇಡ. ಇವೆಲ್ಲಕ್ಕಿಂತ ಮಿಗಿಲಾಗಿ ಬರವಣಿಗೆಯು ಇಡೀ ಸಮಾಜದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನೇ ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತದೆ. ಅಂತಹ ಬದಲಾವಣೆ ಬೇಕು.

೧. ನಾಡಿಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ ಭಾರತೀಯ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಾ, ಪುಟ ೩.

ನಮ್ಮ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರಕ್ಕೆ ಹೇಳಿ ಪರಿಹಾರ ಪಡೆಯೋಣವೇ? ಕುಡಿಯುವ ನೀರಿನ ತೊಂದರೆ ಇದೆಯಾ? ಶಿಕ್ಷಣ ಶಿಕ್ಷೆಯಾಗಿದೆಯೇ? ಆಸ್ಪತ್ರೆ ಸೌಲಭ್ಯವಿಲ್ಲವೇ? ನಿಮ್ಮ ಹಿರಿಯ ನಾಗರೀಕರಿಗೆ ಸೌಲಭ್ಯಗಳಿಲ್ಲವೇ? ನಮ್ಮ ಆಸೆ, ನಿಮ್ಮ ಭಾಷೆ, ವೇದಿಕೆಗೆ ಎಲ್ಲರೂ ಒಟ್ಟಾಗಿ ಬನ್ನಿರಿ ಬದಲಾವಣೆ ತರೋಣ ಹೊಸ ಬದುಕನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸೋಣ, ಹೊಸ ನುಡಿ ಬರೆಯೋಣ, ಎಂದು ಈ ರೀತಿ ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಲ್ಲಿ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡಿ, ಬಹಳ ಜಾಗೃತಿಯಿಂದ ಹೋರಾಟದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಪತ್ರಿಕೆ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೨೩: ನಡೆಯಲ್ಲ! ಇನ್ನು ನಡೆಯಲ್ಲ! ಭ್ರಷ್ಟಾಚಾರ ನಡೆಯಲ್ಲ! ಇಂದಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪಿಡುಗಾಗಿರುವ ಲಂಚಗುಳಿತನ, ಹಗರಣಗಳು, ಮೋಸ, ವಂಚನೆ, ಹೀಗೆ ಒಂದೇ ಎರಡೇ ನೂರಾರು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೊಲೆ ಸುಲಿಗೆ, ಮೋಸ, ಅತ್ಯಾಚಾರ, ವ್ಯಭಿಚಾರಗಳಾದಿಯಾಗಿ ಇಂತಹ ಕೃತ್ಯಕ್ಕೆ ಕುಮ್ಮಕ್ಕು ನೀಡುವ ಭ್ರಷ್ಟ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಲು ಸುಶಿಕ್ಷಿತರಾಗಿ ಎಲ್ಲರೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗೋಣ, ಭ್ರಷ್ಟಾಚಾರಕ್ಕೆ ಧಿಕ್ಕಾರ ಹೇಳೋಣ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಧ್ವನಿಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಒಂದು ವಿನೂತನ ಮಾರ್ಗದಿಂದ ಸುಶಿಕ್ಷಿತ ವರ್ಗದ ಜನರು ಹೇಗೆ ಇಂತಹ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಹೇಗೆ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಈ ರೀತಿಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಲು ಪ್ರೇರಣ ಮತ್ತು ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ ನಿಂತಿರುವ ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ/ಹೋರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹೊಸದೊಂದು ಮಾರ್ಗ ತಿಳಿಸಿ, ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುವುದರ ಮೂಲಕ ತನ್ನ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಓದುಗಾರರನ್ನು ಹಾಗೂ ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತ ಜನರನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿಯೊಂದಿಗೆ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ. ಲೇಖನಿ ಖಡ್ಗಕ್ಕಿಂತ ಹರಿತ ಎನ್ನುವಂತಹ ಮಾತಿಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಪುಷ್ಟಿ ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೨೪: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಆಸೆ ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳು ಎಲ್ಲರಿಗಾಗಿ ಇರಬೇಕು. ನಾನು ನನ್ನದು ಎಂಬ ಸಣ್ಣತನವನ್ನು ದೂರಮಾಡಿ ನಮ್ಮ ದೇಶ, ಭಾಷೆ, ಜನತೆಗಾಗಿ ನಮ್ಮ ಆಸೆಗಳು ಕೂಡಿ ಬಾಳಲಿ, ನಾವೆಲ್ಲಾ ಕೂಡಿ ಹೋರಾಟವನ್ನು ಮಾಡೋಣ ಎನ್ನುವ ಸಂಕೇತ ಹೊಂದಿದೆ.

ನಮ್ಮ ಆಸೆ
ನಿಮ್ಮ ಭಾಷೆ

ನಿಮ್ಮ ಆಸೆಗಳು ಕೂಡಿ ಆಯಿತು
ಈಗ ನೀವೆಲ್ಲರೂ ಕೂಡಿ ಬನ್ನಿ.

ನಮ್ಮ ಜನಾಂದೋಲನ 'ನಮ್ಮ ಆಸೆ ನಿಮ್ಮ ಭಾಷೆ'ಗೆ ಬಂದ ನಿಮ್ಮ ಅಭೂತಪೂರ್ವ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಿಂದಾಗಿ, ನಿಮ್ಮೆಲ್ಲ ಸಲಹೆ ಮತ್ತು ಬಯಕೆಗಳು ಇಂದು ಇತಿಹಾಸ ನಿರ್ಮಿಸಲು ಹೊರಟಿವೆ. ಜೂ.24ರಂದು ನಾಡಿನ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿಗೆ ಜನರ ಹಕ್ಕೊತ್ತಾಯಗಳನ್ನು ನಾವು ಸಲ್ಲಿಸಲಿದ್ದೇವೆ. ಈ ಚಾರಿತ್ರಿಕ ಘಳಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಗಳಾಗಲು ನೀವು 'ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ' ಕಚೇರಿಯಲ್ಲಿ ಪಾಸುಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡರಾಯಿತು. ಮೊದಲು ಬಂದವರಿಗೆ ಮೊದಲ ಆದ್ಯತೆ.

ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, # 4, ಪಂಪಮಹಾಕವಿ ರಸ್ತೆ, ಚಾಮರಾಜಪೇಟೆ, ಬೆಂಗಳೂರು-18

ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ

ನಮ್ಮ ಜನಾಂದೋಲನ, ನಮ್ಮ ಆಸೆ, ನಿಮ್ಮ ಭಾಷೆ, ಇಂತಹ ಅಭೂತಪೂರ್ವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ನಾವು ಇತಿಹಾಸ ನಿರ್ಮಿಸೋಣ. ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿಯವರಿಗೆ ಹಕ್ಕೊತ್ತಾಯ-ಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾ ನಾವು ನಮ್ಮ ಆಸೆ ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳಿಗಾಗಿ ಎಲ್ಲರೂ ಕೂಡಿ ಹೋರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತ ಜನರಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಅವರ ಕುಂದುಕೊರತೆ, ಬೇಡಿಕೆಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿ, ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕರು 'ನಮ್ಮ ಆಸೆ ನಿಮ್ಮ ಭಾಷೆ' ವೇದಿಕೆಗೆ ಲೇಖನಗಳನ್ನು ಬರೆದು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲೆವೂ ಕ್ರೂಢೀಕರಿಸಿ ರಾಜ್ಯದ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿಯವರಿಗೆ ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ಕೊಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಎಲ್ಲಾ ವಿಷಯ ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿ ನೆರವೇರಬೇಕು ಹಾಗೂ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೂ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು ಎಂಬ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಪತ್ರಿಕೆಯದು. ಅಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ಸಹ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿ ಜನರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ೨೫: ಇದು ಸಹಾರ ಇಂಡಿಯಾ ಕಂಪನಿ ಜಾಹಿರಾತು ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ / ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಹಿಂದೂ, ಮುಸ್ಲಿಂ, ಸಿಖ್ಖ, ಕ್ರೈಸ್ತ ಈ ನಾಲ್ಕು ಪದಗಳ ಪೈಕಿ ಇವೆಲ್ಲಕ್ಕಿಂತಲೂ ಅರ್ಥಗರ್ಭಿತವಾದ ಪದವು 'ತ್ವಂ' 'ಅಹಂ' (ನಾನು) ಎಂಬ ಅಹಂಕಾರವನ್ನು ದೂರಮಾಡಿದರೆ ಯಾರೂ ಮೇಲಲ್ಲ ಕೀಳಲ್ಲ ಎಂದು ಅರಿತು ನಾವು ಎಂಬ ಮಂತ್ರದಿಂದ ಕೂಡಿ ಬಾಳೋಣ, ಕಲಿಯೋಣ ನಮಗೆ ನಾವೇ ಯಾರೂ ಮೇಲಲ್ಲ, ಕೀಳಲ್ಲ, ಸಣ್ಣತನ ಮರೆಯೋಣ, ನಾನು ಮುಖ್ಯವಲ್ಲ ನಮ್ಮ ದೇಶ

ಮುಖ್ಯ ಹಿಂದೂ, ಮುಸ್ಲಿಂ, ಕ್ರೈಸ್ತ ಹೀಗೆ ಜಾತಿಗಳ ಅಹಂಕಾರ 'ನಾನು ತೊಲಗಬೇಕು ಆಗ ಸರ್ವರೂ ಸುಖ-ಶಾಂತಿಯಿಂದ ಬದುಕಲು ನೆರವಾಗಬಹುದು.



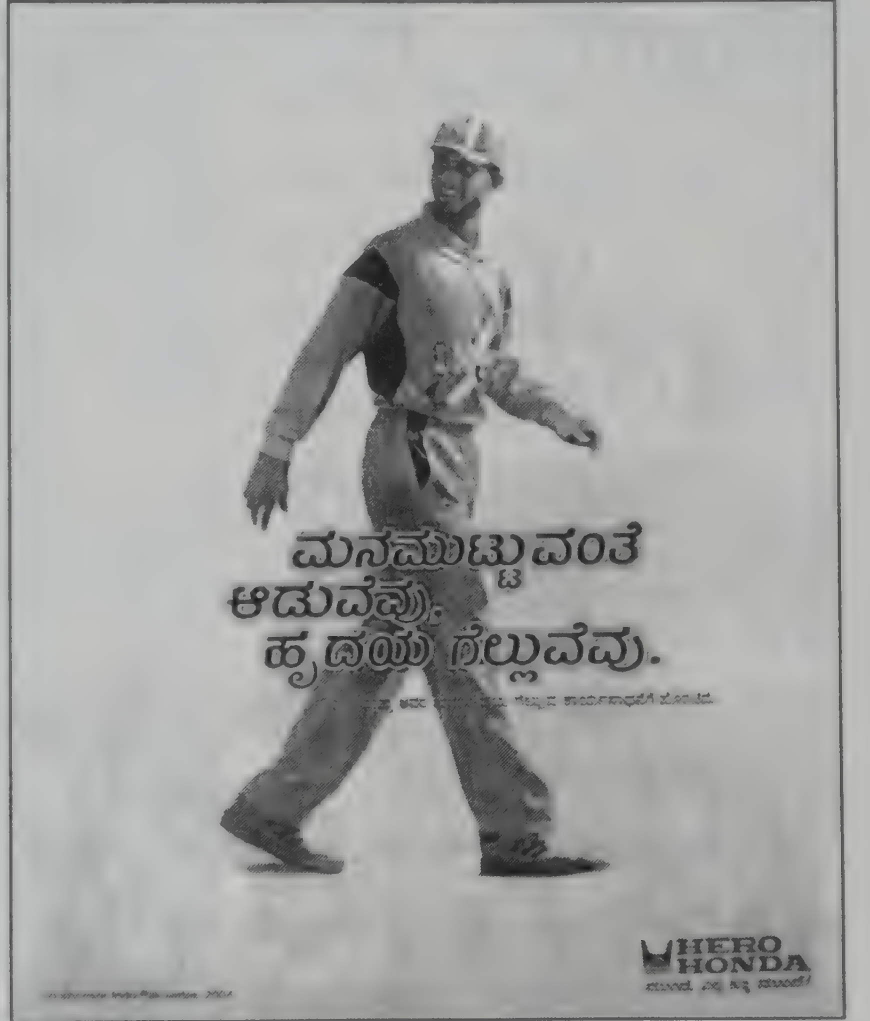
ನಾನು ನನ್ನದು ಎನ್ನುವ ಸಣ್ಣತನವನ್ನು ಸ್ವಪ್ರತಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ನಾವು ನಮ್ಮದು ಎಂಬ ಭಾವನೆ ಮೂಡಿದಾಗ ನಮ್ಮ ದೇಶ ಪ್ರಗತಿ ಕಾಣಬಲ್ಲದು. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ನಾನು ನನ್ನದು ಎಂಬಂತಹ ಸಣ್ಣತನ ದೂರಮಾಡಿ ಸರ್ವರ ಏಳ್ಗೆಗಾಗಿ ದುಡಿಯೋಣ ಎಂಬ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸಹಾರ ಇಂಡಿಯಾ ಪರಿವಾರದ ಈ ಜಾಹಿರಾತು.

'ನಾವು ನಮ್ಮನ್ನು ತಮಿಳರು, ಬೆಂಗಾಲಿಗಳು, ಮೋಹನದಾಸ, ಹಿಂದು, ಬ್ರಾಹ್ಮಣ, ಬನಿಯಾ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಾರದು, ನಾವೇನಿದ್ದ-ರೂ ಭಾರತೀಯರು ಈಜುವುದಿರಲಿ, ಮುಳುಗುವುದಿರಲಿ ಒಟ್ಟಿಗೇ ಮಾಡೋಣ'[೧] ಎಂದು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಐಕ್ಯತೆ, ಒಗ್ಗಟ್ಟು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಾಮರಸ್ಯ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸಹೋದರ ಭಾವನೆ ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಇಲ್ಲಿನ ಸಂದೇಶ ಮತ್ತು ಟೈಪೋಗ್ರಾಫಿಕ್ ಲೇಔಟ್ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಯಾವಾಗ ನಾವು ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯತೆ ಮರೆಯುತ್ತೇವೆಯೋ. ಆಗ ನಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಅನನ್ಯತೆ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನೇ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ನಾವೆಲ್ಲ ಒಂದೇ ದೇಶದವರು ನಾವೆಲ್ಲ ಒಂದೇ ಪರಿವಾರದವರು ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ರಾಷ್ಟಾಭಿಮಾನ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಸಮೃದ್ಧಿ, ಸದೃಢ, ಭದ್ರ ಬುನಾದಿಯೊಂದಿಗೆ ಭಾರತೀಯ (ಕರ್ನಾಟಕ) ಸಮಾಜವನ್ನು ಕಟ್ಟಬಹುದೆಂದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

---

೧. ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಪತ್ರಿಕ ವರದಿ ೯-೮-೨೦೦೮, ಪುಟ ೪.

ಚಿತ್ರ ೨೬: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಆಟದ ಧ್ರುವತಾರೆ ಎನಿಸಿದ ಸೌರವ ಗಂಗೋಲಿಯ ಮತ್ತು ಅವರ ತಂಡದ ಎಲ್ಲಾ ಆಟಗಾರರು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಕ್ರೀಡೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಸರು ಗಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ಎಲ್ಲಾ ಕ್ರೀಡಾ ಪ್ರೇಮಿಗಳಿಗೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ರೋಮಾಂಚಕ ಕ್ರೀಡಾ ಅನುಭವವನ್ನು ನೀಡಬಲ್ಲರು. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿರುವ ಸೌರವ ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಆಟಗಾರನಾಗಿ ಆಟದ ಸಮವಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣುವ ಧೀಮಂತ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ಮಂದಹಾಸ ನಗೆ ತೀರ್ಮಾನದಂತೆ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಮನಮುಟ್ಟುವಂತೆ ಆಟವನ್ನು ಆಡಲು, ಗೆಲ್ಲುವ ಮೂಲಕ ಜನತೆಗೆ ಸಂತೋಷ ಉಂಟು ಮಾಡಿ ಜನತೆಯ ಹೃದಯ ಗೆಲ್ಲಲು ಇವರ ಕಾರ್ಯ ಸಾಧನೆಯು ಹಗಲಿರುಳು ದುಡಿಯುತ್ತದೆ.



ಭಾರತೀಯ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ತಂಡದವರ ಆಟದ ರೋಮಾಂಚಕ ಅನುಭವ ಇಡೀ ವಿಶ್ವವೇ ಕಣ್ತೆರೆದು ನೋಡುವಂತಹದ್ದು, ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಉಂಟು ಮಾಡುವ ಈ ಕ್ರೀಡಾ ಪಟುಗಳು ವಿಶ್ವ ಹೃದಯ ಗೆದ್ದ ನಮ್ಮ ಕೀರ್ತಿ ಪತಾಕೆಯನ್ನು ವಿಶ್ವಮಟ್ಟಕ್ಕೇರಿಸಿದ ಕೀರ್ತಿ ಇವರದ್ದಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಇವರೆಲ್ಲಾ ಭಾರತ ಮಾತೆಯ ಹೆಮ್ಮೆಯ ಪುತ್ರರು, ಇವರ ನಡೆನುಡಿಯಿಂದಲೇ ಇವರನ್ನು ಗೌರವಿಸುವಂತೆ ಆ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಐಕ್ಯತೆಯನ್ನು ಮೂಢಿಸುವಲ್ಲಿ ಇವರ ಆಟಗಳು ನೋಡುಗರ ಕಣ್ಣನ್ನು ಸೆಳೆಯುವಂತೆ ಮೋಡಿ ಮಾಡಿದೆ.

ಹೀರೋ ಹೊಂಡಾ ಕಂಪನಿಯ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ನಮ್ಮ ಕ್ರೀಡಾಪಟುಗಳು ವಿಶ್ವದ ಎಲ್ಲಾ ಆಟಗಾರರಿಗಿಂತ ಮುಂದೆ ಎಂದು ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ಕ್ರೀಡಾಪಟುಗಳ ಚಲನಶೀಲ ಗುಣವನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಅನುಸರಿಸಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇಂಡಿಯಾ-ಪಾಕಿಸ್ತಾನ ಸರಣಿ ೨೦೦೪ ಸಹಭಾಗಿತ್ವದಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಪಂದ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಸೌರವ್ ಮತ್ತು ಅವರ ತಂಡ ಹೃದಯ ಗೆಲ್ಲುವ ಕಾರ್ಯಸಾಧನೆಗೆ ಹೊರಟಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪಂದ್ಯ ಗೆಲ್ಲುವುದು ಮುಖ್ಯವಲ್ಲ, ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ದೇಶದ ಹೃದಯ ಗೆಲ್ಲುವುದು ಮುಖ್ಯ ಅಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ಕೆ ಹೊರಟಿರುವ ತಂಡಕ್ಕೆ ಹೀರೋ ಹೊಂಡಾ ಜಾಹಿರಾತು ಮೂಲಕ ಶುಭಾಶಯಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ. ದೇಶ ದೇಶಗಳ ನಡುವೆ ಸುಮಧುರ ಬಾಂಧವ್ಯ ಸಹೋದರತೆ, ಬೆಳೆಯಲಿ ಎನ್ನುವ ಉದ್ದೇಶವೇ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನದು.

ಚಿತ್ರ ೨೭: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿರುವ ಸಂತೋಷದ ಕ್ಷಣವನ್ನು ಪೇಶಾವರ ಕರಾಚಿಯನ್ನು ಹೀಗೆ ಹಲವು ಹತ್ತು ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರೀಡೆ ಪ್ರದರ್ಶನ ನೀಡಿರುವಂತಹ ಕ್ರೀಡಾಪಟುಗಳು ಇಡೀ ವಿಶ್ವದ ಜನರ ಹೃದಯ ಗೆದ್ದಿರುವುದನ್ನು ಎಂದು ಮರೆಯಲಾಗದು. ಮೈನವಿರೇಳಿಸುವ ದೃಶ್ಯಾವಳಿಗಳನ್ನು ನಮ್ಮ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ನೋಡಿ ಕೇಕೆ ಹಾಕುವ, ಅರ್ಭಟಿಸುವ ನಮಗೆ ಇಡೀ ದೇಶಕ್ಕೆ ಹೆಮ್ಮೆ, ಕೀರ್ತಿ ತರುವ ನಾಯಕತ್ವದ ಗುಣ ಹೊಂದಿರುವ ಯುವರಾಜ್‌ಸಿಂಗ್ ಕೂಡ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಆಟಗಾರ.



ಭಾರತ ಪಾಕ್ ಸರಣಿ ಆಟದ ಪಂದ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಗೆಲ್ಲುವ ಅದ್ಭುತ ಪ್ರದರ್ಶನ ತೋರಿಸುವ ಯುವರಾಜ್-ಸಿಂಗ್ ನಮ್ಮ ಹೆಮ್ಮೆಯ ಕೀರ್ತಿವಂತ ಕ್ರೀಡಾಪಟುವಾಗಿದ್ದಾನೆ. ಈತನ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ಮಂದಹಾಸವು, ಆತನ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಎಡಗೈಯಲ್ಲಿ ಬ್ಯಾಟ್ ತೋರಿಸುತ್ತಿ-ರುವುದು ಬಲಗೈಯಲ್ಲಿ ಶಿರಸ್ತ್ರಾಣ ತೋರಿಸುವ ಈತನ ಧೀಮಂತ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ, ಆಟದಲ್ಲಿ ಯಾವಾಗಲೂ ಇರುವ ಕಾಳಜಿ ಸದಾ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲತೆಯಿಂದ ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ದುಡಿಯುವ ಇಡೀ 'ದೇಶ ಕಿ ಧಡ್ಕನ್' ಹಾಗೆ ಮೆರೆಯುವ ಯುವರಾಜ ಅಪ್ರತಿಮ ಕ್ರೀಡಾಪಟು ಎಲ್ಲರ ಹೆಮ್ಮೆಯ ಪುತ್ರ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಾಬೀತು-ಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಸರಣಿಯಲ್ಲಿ ಪೇಶಾವರದಿಂದ ಕರಾಚಿವರೆಗೆ ನೀವು ಎಲ್ಲರ ಹೃದಯ ಗೆದ್ದಿದ್ದೀರಿ ಅಂದರೆ ಪಾಕಿಸ್ತಾನದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲಿನ ಜನರ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವದ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಪ್ರೇಮಿಗಳ ಹೃದಯ ಗೆದ್ದಿದ್ದೀರಿ ಅದಕ್ಕಾಗಿ ನೀವು ಭಾರತದ ಹೃದಯ ಬಡಿತವಾಗಿದ್ದೀರಿ (ದೇಶ್ ಕಿ ಧಡ್ಕನ್) ಅದ್ಭುತ ಪ್ರದರ್ಶನ ತೋರಿಸಿರುವ ಯುವರಾಜ್ ಸಿಂಗ್ ಅವರಿಗೆ ಟೀಮ್ ಹೀರೋ ಹೋಂಡಾ ಅಭಿನಂದಿಸುತ್ತಿದೆ. ನೀವು ನಮಗೂ ಕಂಪನಿಗೂ ಹೆಮ್ಮೆ ಮತ್ತು ಕೀರ್ತಿ ತಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗೂ ಕ್ರೀಡಾಪಟುಗಳನ್ನು ಅಭಿನಂದಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅವರಿಗೆ

ಮಾನಸಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಸ್ಥೈರ್ಯ ಮತ್ತು ಗೌರವ ನೀಡಿದಂತೆ ಆಗುತ್ತದೆ ಅಲ್ಲದೆ, ದೇಶ ದೇಶಗಳ ನಡುವೆ ಇಂತಹ ಸೌಹಾರ್ದ ಸಂದೃಕ್ಕೆ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಹಕರಿಸುತ್ತಲಿವೆ.

ಚಿತ್ರ ೨೮: ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಗೃತಿ, ಅರಿವು ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಇಂದು ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿರುವುದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದ ಸಂಗತಿಯಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ರಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಇಂತಹದೊಂದು ಮಾಹಿತಿ ಕುರಿತಾಗಿ ವಿಶೇಷ ಜನಾಂದೋಲನ, ಜಾಗೃತಿ ಹಾಗೂ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿಯಿಂದ ಇಂತಹದೊಂದು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದೆ. ಇದು ಕೇಂದ್ರದ ಯೋಜನೆ ಆಗಿದ್ದರೂ ಇದರ ಲಾಭ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಜನಸೇವೆಗೆ ಎಂಬುದು ಮರೆಯುವಂತಿಲ್ಲ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕ ಏಡ್ಸ್ ಪ್ರಿವೆನ್ಷನ್ ಸೊಸೈಟಿ, ನೆಹರು ಯುವ ಕೇಂದ್ರ, ರಾಜೀವ ಗಾಂಧಿ ಫೌಂಡೇಷನ್ ಹಾಗೂ ಯುನಿಸೆಫ್ ಮೊದಲಾದ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಜನಾಂದೋಲನ ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಹಲವು ಹತ್ತು ಪ್ರಯತ್ನ ನಡೆಸುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ತಲೆ ಎತ್ತಿದ್ದು, ಅಂತಹವುಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಲು ಕೇಂದ್ರ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಹಲವು ಹತ್ತು ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಸಮರೋಪಾದಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಸಂತಸದ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುವ ನಿರುದ್ಯೋಗ, ಬಡತನ, ಆರೋಗ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯ, ಮೂಢನಂಬಿಕೆ, ಬಾಲ್ಯವಿವಾಹ, ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಹೆಚ್ಚಳ, ಸಾಕ್ಷರತೆ ಕೊರತೆ, ಜೀತ ಪದ್ಧತಿ, ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ಪದ್ಧತಿ ಹೀಗೆ ಇವುಗಳು ಬೆಳೆಯುತ್ತಲೇ ಹೋಗುತ್ತಲಿವೆ.

ಅನೇಕ ಸಾಂಕ್ರಾಮಿಕ ರೋಗಗಳು ವಂಶಪಾರಂಪರ್ಯ ಕಾಯಿಲೆಗಳು, ಬಾಲ್ಯದಿಂದಲೂ ರೋಗನಿರೋಧಕ ಬಳಸದೇ ಇರುವುದರಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ಹಲವಾರು ಕಾಯಿಲೆಗಳು ಜನತೆಯ ಮೌಢ್ಯತೆಯಿಂದ ಸಮಾಧಿ ಕಟ್ಟುತ್ತವೆ ಈ ರೀತಿಯ ಭಯಾನಕ ಮದ್ದು ಇಲ್ಲದ ಮಹಾಮಾರಿ ಏಡ್ಸ್ ಮತ್ತು ಹೆಚ್‌ಐವಿ ವೈರಸ್‌ಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಜನಜಾಗೃತಿ ಉಂಟುಮಾಡಿ ಆರೋಗ್ಯ-ಪೂರ್ಣ ಬದುಕು ಕಲ್ಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ಇಂತಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಣೆಗೊಳಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅಂತಹುದರಲ್ಲಿ ರೆಡ್ ರಿಬ್ಬನ್ ಎಕ್ಸ್‌ಪ್ರೆಸ್ ರೈಲು ಕೂಡ ದೇಶವ್ಯಾಪಿ ಸಂಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಾ ಈ



ಕುರಿತು ಜನಜಾಗೃತಿ, ಆಪ್ತ ಸಲಹೆ, ವೈದ್ಯಕೀಯ ತಪಾಸಣೆ, ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಜನತೆಗೆ ಪ್ರಜ್ಞೆ ಮೂಡಿಸುವಂತಹ ಮೂಲಭೂತ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ರೈಲ್ವೆ ಹಳಿ ಕೂಡ ಏಡ್ಸ್ ಚಿಹ್ನೆಯ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. '೨೦೦೫ ಮತ್ತು ೨೦೦೬ನೇ ಸಾಲಿನ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ೨೦೦೭ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್.ಐ.ವಿ. ಸೋಂಕಿತರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುವುದು ಸಮೀಕ್ಷೆಯಿಂದ ತಿಳಿದುಬಂದಿದೆ. ಕಾರಣ 'ಜಾಗೃತಿ' ದೇಶದ ಜನರಲ್ಲಿ ಮೂಡಿದ ಜಾಗೃತಿಯಿಂದಾಗಿ ಭಾರತ ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಜಗತ್ತಿನ ಗಮನ ಸೆಳೆದಿದೆ'[೩] ಎಂದರೆ ಅದಕ್ಕೆ ಈ ರೀತಿಯ ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಲನವೇ ಕಾರಣ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ೨೯: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕೋಕೋ ಕೋಲಾ ಕಂಪನಿ ಪ್ರಚಾರವಾಗಿದ್ದು, ಖುಷಿಯಿಂದ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬ ಚಪ್ಪಾಳೆ ತಟ್ಟುವುದು, ಆನಂದದಾಯಕವಾದ ಕೋಲಾ ಕುಡಿದಾಗಲೇ ಇಲ್ಲಿನ ಕೈಗಳ ಕೆಂಪು ಬೆಳಕು ಈ ಪೇಯ ಕುಡಿದಾಗ ಕೆಂಪೇರುವ ಬುದ್ಧಿ ಭಾವಗಳೂ ಸಂತಸದಿಂದ ಕೈಚಪ್ಪಾಳೆ ತಟ್ಟುವಂತೆ ಅದೂ ಮಾತಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಾಂಕೇತಿಕವಾಗಿ ಹಾಗೂ ಆಂಗಿಕ ಚಲನೆಗಳ ಮೂಲಕವೆಂದು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ನಾನು ಮಾತಾಡಲು ಅಸಮರ್ಥನಾಗಿದ್ದೇನೆ ಗಂಟಲು ಕಟ್ಟಿ ಹೋಗಿದೆ, ಅಂತಹ ಆನಂದ ನನ್ನಲ್ಲಿ ಆವರಿಸಿದೆ ಆದರೂ ಕೋಲಾ ಕುಡಿದ ಆನಂದಕ್ಕೆ ಮಿತಿಯೇ ಇಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾಷೆ ಮೂಕವಾಗುತ್ತದೆ, ಪ್ರತೀ ಗುಟುಕಿನಲ್ಲಿ ನನ್ನ ಧ್ವನಿ ಪ್ರತಿಧ್ವನಿಸುತ್ತದೆ. ಅಂತಹ ಅಹ್ಲಾದಕತೆ ನನ್ನ ಭಾವನೆಗಳು ಅವ್ಯಕ್ತಗೊಳಿಸುತ್ತಲ್ಲಿದೆ. ಇಂತಹ ಸ್ವಾದ, ರುಚಿ ಹಾಗೂ ಶಕ್ತಿಗಳ ತ್ರಿವೇಣಿ ಸಂಗಮವೇ ಕೋಲಾದ ಮಜಾ.



ಈ ರೀತಿ ಕೋಲಾ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬ ಅನುಭವಿಸುವ ಸ್ವಾದ, ರುಚಿ ಹಾಗೂ ಅದು ನೀಡುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಿ ಆಂಗಿಕ ಅಭಿನಯದ ಮೂಲಕ ಭರ್ಜರಿ ಧ್ವನಿ ಹುಟ್ಟಿಸುವ ಚಪ್ಪಾಳೆ ಕಂಚಿನ ಕಂಠವನ್ನು ಮೀರಿಸುವುದು ಹಾಗೂ ಈ ಕೆಳಗಿನ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬರು ಸುರೇಶ್ ವರ್ಮಾ ಅವರ ಮುಖಚರ್ಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಅವರು ನೀಡುವ ಅಭಿಪ್ರಾಯವೂ ಸ್ತುತ್ಯಾರ್ಹವಾಗಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಧ್ವನಿ ಇಲ್ಲದವರಿಗೆ ಧ್ವನಿಯಾಗಿ ರೂಪಗೊಂಡಿದೆ ಎಂದು ಕೋಕೋ ಕೋಲಾ ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ. ವಾಕ್-ಶ್ರವಣ ದೋಷವುಳ್ಳವರು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಗೌರವ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ

೩. [illegible] ವಿಜಯವಾಣಿ ೨-೧೨-೨೦೦೭, ಪುಟ ೬.

ಹೊಂದಲು ಸಾಧ್ಯ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೩೦: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಪ್ರಸಿದ್ಧವಾದ ಪುಷ್ಕರಣಿಯೊಂದರಲ್ಲಿನ ಮಕ್ಕಳ ಈ ಟದ ತನ್ಮಯತೆಯಂತೆ ಆನಂದದಿಂದ ತೇಲುವ ಕೋಕೋ ಕೋಲಾದ ಸೇವನೆ ಬಾಲ್ಯದ ಸಿಹಿ



ದಿನಗಳನ್ನು ಮೀರಿಸಬಲ್ಲದು. ಹಾಗೆಯೇ ಕೋಕೋ ಕೋಲಾದ ಪ್ರಾಚೀನತೆಯನ್ನು ಅಳಿಸಿ ಹಾಕಲಾಗದೆ ಅದರ ಪ್ರಾಚೀನತೆಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ನಮ್ಮ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಪರಂಪರೆ-ಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಂಡು ಬರುವಂತೆ ಅಂತಹ ಸ್ವಾದ, ರುಚಿ ಹಾಗೂ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಈ ಪಾನೀಯವು ಪುಷ್ಕರನೀಯಷ್ಟೇ ಆಳವಾದ ರುಚಿಯ ಅನುಭವ ನೀಡುವುದು ಇಲ್ಲಿನ ಮಕ್ಕಳಾಟಿಕೆಗೆ ಹೆಸರಾಗಿರುವ ಪುರಾತನ ಪುಷ್ಕರಣಿ ಅವರ ಕನಸು ನನಸಾಗಿಸುವ ಅದರ ಆಳ-ಅಗಲದಂತೆ ಒಂದು ಹನಿಯೂ ವ್ಯರ್ಥವಾಗದೆ, ಮಕ್ಕಳ ತನ್ಮಯತೆ ಉಂಟುಮಾಡುವುದು. ಹಾಗೆ ಕೋಕೋ ಕೋಲಾ ನಮ್ಮ ನೆನಪನ್ನು ಮೆಲುಕು ಹಾಕಲು ಬಾಯಿ ಚಪ್ಪರಿಸಲು ಚಪಲ ಉಂಟು ಮಾಡುವುದು ಎಂದು ಈ ಕೆಳಗೆ ಮೋಹನ್ ಲಾಲ್ ಸಹಾನಿ ಎಂಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮುಕ್ತ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಮನ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕೋಕೋ ಕೋಲಾ ಈ ಎರಡು ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಅಂಗವಿಕಲರಿಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಗೆ ತರುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ತನ್ನ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೆ ಕೇಂದ್ರಬಿಂದುವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ. ಸಮಾಜದಿಂದ ಸಮುದಾಯದಿಂದ ದೂರ ಉಳಿದ ಜನರನ್ನು ಸಮಾಜದೊಳಗೆ ಸೇರಿಸುವ ಕೆಲಸ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತ:

ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಅಧ್ಯಾಯನ ಶಿಸ್ತಿನ ವಿಷಯವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಏಳಿಗೆಗಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಜನಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಹೊಸ ಜೀವನ ಕ್ರಮವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತಿದೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾನವೀಯ ಸಂಬಂಧಗಳು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಮೂಲಕ ಜನಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಹಾಗೂ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಮೂಲಕ ಜನಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಹಾಗೂ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಧ್ವನಿಯಾಗಿ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡಿದೆ. ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ / ಹೋರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹೊಸದೊಂದು ಮಾರ್ಗ ತಿಳಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಇಲ್ಲಿನ ಕೆಲವು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೊಂದಿವೆ.

ಯಾವಾಗ ನಾವು ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯತೆ ಮರೆಯುತ್ತೇವೆ ಆಗ ನಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಅನನ್ಯತೆ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವನ್ನೇ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ ಎನ್ನುವ ಮೌಲಿಕವಾದ ಸಂದೇಶವು ತಿಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಐಕ್ಯತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಾಮರಸ್ಯ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸೀಮಾತೀತವಾದ ಸಂಬಂಧ ಬೆಳೆಸಲು ನಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತಲಿವೆ. ಅದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಥಳಗಳು, ಶಿಲ್ಪಗಳು, ಪ್ರೇಕ್ಷಣೀಯ ಸ್ಥಳ, ಅವುಗಳ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಯನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

***



ಅಧ್ಯಾಯ: ಐದು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಅಂಶಗಳು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಂಪರೆಯು ಅತ್ಯಂತ ವೈವಿಧ್ಯಮಯದಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ಅದರಲ್ಲಿಯೂ ಇಲ್ಲಿನ ಕಲೆ, ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ಪ್ರವಾಸಿತಾಣ, ಭಾರತದ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಭವ್ಯ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಿದೆ. ಬಾದಾಮಿ ಚಾಲುಕ್ಯರ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ರಚನೆ, ಪ್ರಕಾರಗಳ ವೈವಿಧ್ಯತೆ, ಮೂರ್ತಿಶಿಲ್ಪಗಳ ಚೆಲುವು, ಗಾಂಭೀರ್ಯ ಹಾಗೂ ಸಹಜತೆಯು ಶಿಲ್ಪಕಲೆಯ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಇಂತಹ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಶಿಲ್ಪ ಕಲೆ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟವಾದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಮತ್ತು ವಿದೇಶಿ ಪ್ರವಾಸಿಗರಿಗೆ ಹೇಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಿವೆ ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲಾ ವೈಭವ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ನೋಡಿ ಆನಂದಿಸಲು ಹಾಗೂ ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯನದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರ ಕರ್ನಾಟಕ ಪ್ರವಾಸೋದ್ಯಮ ಇಲಾಖೆಯದು ಕರ್ನಾಟಕದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಛಾಯಾ ಚಿತ್ರವು ಮಧ್ಯಕಾಲೀನ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದ ವಿಜಯನಗರ ಅರಸರ ರಾಜಧಾನಿ ಹಂಪಿ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿರುವ ಸಭಾಮಂಟಪದ ದೃಶ್ಯವಾಗಿದೆ. 'ಇಡೀ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಧಾರ್ಮಿಕ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯ ವಿಜಯನಗರ ಎಲ್ಲಾ ಕಲೆಗಳಂತೆ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ, ಶಿಲ್ಪಗಳೂ ಈ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯದಡಿಯಲ್ಲಿ ಪೋಷಣೆಯನ್ನು ಪಡೆದವು'[೧]. ಹೊಸದಾಗಿ ದೇವಾಲಯಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಸಿದಂತೆಯೇ ಹಳೆಯ ದೇವಾಲಯಗಳನ್ನು ಜೀರ್ಣೋದ್ಧಾರಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕೂ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವುದಕ್ಕೂ ಈ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿತು.

ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಚಿತ್ರವು ಕಲ್ಯಾಣ ಮಂಟಪದ ಛಾಯ ಚಿತ್ರವು 'ವಿಜಯ

---

೧. ಡಾ. ಸೂರ್ಯನಾಥ ಕಾಮತ್, ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಇತಿಹಾಸ, ಪುಟ: ೧೭೨.



ವಿಠ್ಠಲ ದೇವಾಲಯದ ರಂಗಮಂಟಪದ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸುಂದರವಾದ ಕಲ್ಯಾಣ ಮಂಟಪ ಇದನ್ನು ಕೃಷ್ಣದೇವರಾಯನು ಕ್ರಿ.ಶ. ೧೫೧೩ರಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಸಿದನು. ಇದಕ್ಕೆ 'ನೂರುಕಾಲು' ಮಂಟಪವೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ವಿಠ್ಠಲ ದೇವಾಲಯದ ದಕ್ಷಿಣ ದ್ವಾರದಿಂದ ಹೊರಬಂದರೆ ಎದುರಿಗೆ ಒಂದು ದೇವಾಲಯ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ದೊರೆತ ಪುರಂದರದಾಸರ ವಿಗ್ರಹವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕಲ್ಯಾಣ ಮಂಟಪ ಅಥವಾ ಸಭಾ ಮಂಟಪಗಳು ವಿಜಯನಗರ ಶೈಲಿಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನೆಲ್ಲಾ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಅವು ಚೌಕಾಕಾರದ ಇಲ್ಲವೆ ಬಹುಕೋನಾಕಾರದ ಪೀಠದ ಮೇಲೆ ನಿಂತಿವೆ. ಇಲ್ಲಿರುವ ಮಂಟಪವು ಎರಡು ಅಂತಸ್ತುಗಳ ಕಟ್ಟಡವಾಗಿದೆ. ಮಂಟಪಗಳ ಒಳ ಛಾವಣಿ ತೀರ ಬೋಳಾಗಿದೆ. ಕೆಲವೆಡೆ ಮಾತ್ರ ಚಪ್ಪಟೆಯಾದ ಪ್ರಫುಲ್ಲಿತ ಪದ್ಮದ ಉಬ್ಬುಶಿಲ್ಪ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಇದೆ. ಒಳಛಾವಣಿಗಳನ್ನು ವರ್ಣಚಿತ್ರಗಳಿಂದ ಅಲಂಕರಿಸಲೆಂದೇ ಬೋಳಾಗಿಟ್ಟಿರಬೇಕು[೨] ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಇಂತಹ ವೈಭವದ (ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ) ಕಲೆಯ ನೆಲೆಯಾಗಿರುವ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಪರಂಪರೆ ನೋಡಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಥಳಗಳ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೨: ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿನ ಒಂದು ಭವ್ಯ ಅದ್ಯಾಯ ವಿಜಯನಗರ ಹಂಪೆಯ ಅವಶೇಷಗಳು ಉಧ್ವಸ್ತ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲೂ ಆ ಪ್ರಾಚೀನ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯದ ವೈಭವದ ಪರಿಚಯವನ್ನು ನಮಗೆ ನೀಡುತ್ತವೆ. ಈ ಛಾಯಾ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರವಾಸೋದ್ಯಮ ಇಲಾಖೆಯ ಜಾಹಿರಾತು ಹಂಪಿಯ ದೇವಾಲಯ



೨. ಡಾ. ಎಚ್. ತಿಪ್ಪೇರುದ್ರಸ್ವಾಮಿ, ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಸಮೀಕ್ಷೆ, ಪುಟ ೩೦೮

ಒಂದರ ಪರಿಚಯವನ್ನು ಸಾರುತ್ತದೆ. ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪದ ಶ್ರೇಷ್ಠತೆಗೆ ಸೇರಿದ ಮೂರು ದೇವಾಲಯಗಳು ಹಂಪೆಯಲ್ಲಿವೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಮೊದಲನೆಯದೇ ವಿಜಯವಿಠ್ಠಲ ದೇವಾಲಯ. ಇದು ಕೃಷ್ಣದೇವರಾಯನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿತವಾದ ದೇವಾಲಯ ವಿಠ್ಠಲ ಸ್ವಾಮಿ, ಇಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ದೇವಾಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾದ ಇದರ ರಚನೆ, ಕೃಷ್ಣದೇವರಾಯನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಕ್ರಿ.ಶ. ೧೫೧೩ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಅಚ್ಯುತರಾಯನ ಕಾಲದಲ್ಲಿಯೂ (೧೫೨೯-೧೫೪೨) ಮುಂದುವರೆಯಿತು. ಇದನ್ನು ಕಟ್ಟಬೇಕೆಂದು ಉದ್ದೇಶಿಸಿದ ವಿಸ್ತಾರವಾದ ಯೋಜನೆಯಂತೆ ಇದು ಪೂರ್ಣಗೊಳ್ಳಲೇ ಇಲ್ಲವೆಂಬಂತೆ ತೋರುತ್ತದೆ.

ಪೂರ್ವಕ್ಕೆ ಮುಖ ಮಾಡಿರುವ ಈ ದೇವಾಲಯ ಸುಮಾರು ೫೦೦ ಅಡಿ ಉದ್ದ ३೧೦ ಅಡ್ಡಿ ಅಗಲದ ಅಂಗಳದ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿದೆ. ಈ ಅಂಗಳದ ಸುತ್ತಲೂ ಮೂರು ಸಾಲು ಕಂಬಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ ಮಂಟಪದ ಸಾಲುಗಳಿವೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಮೂರು ದಿಕ್ಕಿಗೂ ಮೂರು ಗೋಪುರದ್ವಾರಗಳಿವೆ. ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬೆಣಚುಕಲ್ಲಿನಿಂದ ನಿರ್ಮಿತವಾದ ಈ ದೇವಾಲಯ ದ್ರಾವಿಡ ಶೈಲಿಯದು. ಈ ದೇವಾಲಯವನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮೂರು ಭಾಗಗಳಾಗಿ ಮಾಡಬಹುದು. ಪ್ರಥಮವಾಗಿ ದೇವಾಲಯದ ಹೊರಗಿರುವ ಮುಖಮಂಟಪ. ಅನಂತರ ದೇವಾಲಯದ ಮಧ್ಯ ಭಾಗದ ರಂಗಮಂಟಪ ಮತ್ತು ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಸುಖ ಗರ್ಭಗೃಹಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ ಹಿಂಭಾಗ ಮುಖಮಂಟಪ ೫ ಅಡಿಗಳಷ್ಟು ಎತ್ತರವಾದ ವೇದಿಕೆಯ ಮೇಲಿರುವ ಈ ಮಂಟಪವನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಮೂರು ದಿಕ್ಕಿಗೂ ಬಾಗಿಲುಗಳಿವೆ. ಇವುಗಳ ಇಕ್ಕೆಲಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕಲ್ಲಿನ ಆನೆಗಳು ನಿಂತಿವೆ. ೧೨ ಅಡಿ ಎತ್ತರವಿರುವ ೫೬ ಕಂಬಗಳಿಂದ ಈ ಮಂಟಪವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅದ್ಭುತವಾದ ಕಲಾತ್ಮಕವಾದ ಶಿಲ್ಪಗಳನ್ನು ಒಡಲಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅದ್ಭುತವಾದ ಸ್ಮಾರಕಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂದೇಶದ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಶಿಲ್ಪಕಲಾ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂತಹ ವಿಧಾನದ ಜಾಹಿರಾತು ಮೂಲಕ ಅನೇಕ ವಿದೇಶಿ ಪ್ರವಾಸಿಗರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿ ಅವರಿಗೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲಾ ವೈಭವ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ನೋಡಿ ಆನಂದಿಸಲು ಮತ್ತು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ನೀಡಿದಂತೆಯಾಗುತ್ತದೆಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಚಿತ್ರ ३: 'ಮಾರ್ಗ' ಮ್ಯಾಗಝೀನ್ ತನ್ನ ಮುಖಪುಟವೊಂದರ ವಿನ್ಯಾಸಕ್ಕೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಶಿಲ್ಪಕಲೆಯ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಈ ಛಾಯಾ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಶಿಲ್ಪವು ಬಾದಾಮಿ ಚಾಲುಕ್ಯರ ಕಾಲದಲ್ಲಿನ 'ಮಂಗಳೇಶನಿಂದ ನಿರ್ಮಿತವಾದ ಗುಹಾಂತರ ದೇವಾಲಯದ ಮೂರ್ತಿ ಶಿಲ್ಪವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಾಚೀನ ಕರ್ನಾಟಕದ ಬಲಿಷ್ಠ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯವಾದ ಚಾಲುಕ್ಯರ ರಾಜಧಾನಿಯಾದ ವಾತಾಪಿ (ಈಗಿನ ಬಾಗಲಕೋಟೆ ಜಿಲ್ಲೆಯಲ್ಲಿಯ ಒಂದು ತಾಲ್ಲೂಕು ಬಾದಾಮಿ) ಶಾಸನಗಳಲ್ಲಿ ಬಾದಾಮಿಯನ್ನು ವಿಜಯವಾತಾಪಿ ಅಧಿಷ್ಠಾನ ವಾತಾಪಿಪುರ ಎಂದು ಕರೆಯಾಲಾಗಿದೆ[३].

---

३. ಡಾ. ಕರವೀರಪ್ರಭು ಕ್ಯಾಲಕೊಂಡ, ಚಾಲುಕ್ಯ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ವೈಭವ, ಪುಟ: ೧೫/೧೬



ಬಾದಾಮಿ ಚಾಲುಕ್ಯರ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ ಜಗತ್ಪ್ರಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿಯ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ರಚನೆ, ಪ್ರಕಾರಗಳು, ವೈವಿಧ್ಯ ಮೂರ್ತಿಶಿಲ್ಪಗಳ ಚೆಲುವು ಗಾಂಭೀರ್ಯ ಹಾಗೂ ಸಹಜತೆಯು ಭಾರತೀಯ ಶಿಲ್ಪಕಲೆಯ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಬಾದಾಮಿಯಲ್ಲಿ ರಚನೆಯ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಎರಡು ಪ್ರಕಾರಗಳ ದೇವಾಲಯಗಳಿವೆ. 'ಬೆಟ್ಟವನ್ನು ಕೊರೆದು ಸೃಷ್ಟಿಸಿದ ಮತ್ತು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಕೆತ್ತಿದ ಘನಾಕೃತಿಯ ಬಿಡಿಕಲ್ಲುಗಳಿಂದ ಕಟ್ಟಿದ ದೇವಾಲಯಗಳು ಮೊದಲನೆಯ ಪ್ರಕಾರದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಬೇಕೆಂದಿರುವ ಯಾವುದೇ ವಸ್ತುವಿನ ಒಳಭಾಗಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ಬಿಡಿಸಬಹುದು. ನೋಡಲು ತುಸು ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ನೈಸರ್ಗಿಕ ಗುಹೆಯಂತಿರುತ್ತದೆ. ಬಾದಾಮಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯವಾಗಿ 'ಮೇಣಬಸದಿ'ಗಳೆಂದು'[1] ಇವು ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿವೆ. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಬಾದಾಮಿಯನ್ನು ಬಿಟ್ಟರೆ ಬೇರೆ ಎಲ್ಲಿಯೂ ಈ ಮಟ್ಟದ ಪ್ರಾಚೀನ ಶಿಲ್ಪಕಲಾ ವೈಭವ ಸಿಕ್ಕುವುದಿಲ್ಲ.

ಈ ಛಾಯಾ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ವರಾಹವು ಬಾದಾಮಿಯ ಮೂರನೆ ಗುಹೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಈ ಮೂರನೆಯ ಗುಹೆ ವಿಷ್ಣು ಮಂದಿರವಾಗಿದೆ. ವಿಸ್ತೃತ ಮತ್ತು ಕಲಾಪೂರ್ಣ ಚಿತ್ರ ಸೃಷ್ಟಿಯ ಮೂಲಕ ಇದು ಬಾದಾಮಿಯ ಗುಡಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಗ್ರಸ್ಥಾನವನ್ನು ಅಲಂಕರಿಸುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ವೈವಿಧ್ಯ ಮೂರ್ತಿಶಿಲ್ಪ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಪತ್ರಿಕೆ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪ್ರಕಾರದ ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳಂತೆ ಮೌಲಿಕ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾನ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ ಮತ್ತು ಅಂತಹ ಪರಂಪರೆಯ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಈ ರೀತಿಯ ವಿಧಾನಗಳು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಾಲುಕ್ಯರ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ ಶೈಲಿ, ವಿನ್ಯಾಸ, ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂಶಗಳನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೪: ಈ ಛಾಯಚಿತ್ರವು ದಸರ ಉತ್ಸವದ ಸ್ತಬ್ಧ ಚಿತ್ರವಾಗಿದೆ. ವಿಜಯನಗರದ ಜನತೆ ಹಲವು ಹಬ್ಬಹರಿದಿನಗಳನ್ನು ಸಂಭ್ರಮದಿಂದ ಆಚರಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ವಿಜಯನಗರದ ದಸರಾ ಉತ್ಸವವಂತೂ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಸಿದ್ಧವಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರವಾಸಿಗರು ಅದರ ವೈಭವವನ್ನು ಮನಸಾರೆ ಹೊಗಳಿದ್ದಾರೆ.

---

೧. ಡಾ. [illegible] ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಸಮೀಕ್ಷೆ, ಪುಟ [illegible]

ಇಡೀ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಧಾರ್ಮಿಕ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟ ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯ ವಿಜಯ ನಗರ ಎಲ್ಲ ಕಲೆಗಳಂತೆ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ಶಿಲ್ಪಗಳೂ ಈ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯದಡಿಯಲ್ಲಿ ಪೋಷಣೆಯನ್ನು ಪಡೆದವು. ಈ ಕಾಲದ ದೇವಾಲಯಗಳು ಇಡೀ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದಲ್ಲೆಲ್ಲಾ ಹರಡಿಕೊಂಡಿವೆ. ಈ ಸ್ತಬ್ಧ



ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಹಂಪಿಯ ವೈಭವದ ಹೊಂಬೆಳಕಿನ ಸ್ಮಾರಕಗಳ ಚಿತಗಳಲ್ಲಿ ದಸರಾ ಉತ್ಸವದ ವೈಭವತೆ ಇದೆ. ಇಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ದೇವಾಲಯ ವಿಜಯವಿಠ್ಠಲಸ್ವಾಮಿ ದೇವಾಲಯ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪದ ಶ್ರೇಷ್ಠತೆಗೆ ಸೇರಿದ ಮೂರು ದೇವಾಲಯಗಳು ಹಂಪಿಯಲ್ಲಿವೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಮೊದಲನೆಯದೇ ವಿಜಯವಿಠ್ಠಲ ದೇವಾಲಯ. ಇದರ ಕಲಾತ್ಮಕವಾದ ಮುಂಭಾಗವನ್ನು ಮತ್ತು ಫಲಪೂಜಾ ಮತ್ತು ಕಲ್ಯಾಣ ಮಂಟಪಗಳೆರಡನ್ನೂ ಕೃಷ್ಣದೇವರಾಯನು ತನ್ನ ದಿಗ್ವಿಜಯದ ನಂತರ ೧೫೧೩ರಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಸಿದನು.

ವಿಠ್ಠಲ ದೇವಾಲಯದ ಎದುರಿಗೆ ಜಗದ್ವಿಖ್ಯಾತ ಶಿಲಾರಥವಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಒರಿಸ್ಸಾದ ಕೋನಾರ್ಕ ಸೂರ್ಯ ದೇವಾಲಯದ ಪ್ರಚೋದನೆ ಪಡೆದು ನಿರ್ಮಿಸಿರಬಹುದೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ರಥವನ್ನು ಒರಟು ಬೆಣಚು ಕಲ್ಲಿನಿಂದ ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗಿದೆ. ವಿಷ್ಣು ದೇವಾಲಯದ ಎದುರು ಗರುಡನ ಬದಲು ಇದನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿರಬಹುದೆಂದು ತಜ್ಞರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಈ ಶಿಲಾರಥದಲ್ಲಿ ಸೈನಿಕರು, ಬೇಟೆಗಾರರು, ಶ್ರೀಮಂತರು, ಪೋರ್ಚುಗೀಸರು, ಅರಬ್ಬರು, ಪರ್ಷಿಯನ್ನರು, ಇವರುಗಳ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ವಿಜಯನಗರದ ಗತವೈಭವವನ್ನು ನೆನಪಿಸುವ ಹಂಪಿ ಉತ್ಸವಕ್ಕೆ ಬನ್ನಿ ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಪ್ರವಾಸೋದ್ಯಮ ಇಲಾಖೆಯ ಪ್ರಚಾರವಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ನೋಡುಗರನ್ನು ಹಂಪಿ ಉತ್ಸವಕ್ಕೆ ಬರುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಅನೇಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನೋಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಗತವೈಭವವನ್ನು ಸ್ಮರಿಸಿಕೊಂಡು ಹೆಮ್ಮೆ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಜನಾಂಗಕ್ಕೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪರಿಚಯ ನೀಡಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೫: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಚಿತ್ರಗಳು ಕರ್ನಾಟಕದ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಾರುತ್ತವೆ.



ಈ ಛಾಯಾಚಿತ್ರವು ಮಧ್ಯಕಾಲೀನ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದ ವಿಜಯನಗರ ಅರಸರ ರಾಜಧಾನಿ ಹಂಪಿ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿರುವ ಸಭಾಮಂಟಪದ ಛಾಯಾಚಿತ್ರವಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಮತ್ತೊಂದು ಹೆಸರೇ ಕಲ್ಯಾಣ ಮಂಟಪವೆಂತಲೂ ಹೇಳುವರು. ಇದು ವಿಜಯವಿಠ್ಠಲ ದೇವಾಲಯದ ರಂಗಮಂಟಪದ ದಕ್ಷಿಣಭಾಗದಲ್ಲಿರುವ ಒಂದು ಸುಂದರವಾದ ಕಲ್ಯಾಣ ಮಂಟಪ ಇದನ್ನು ಕೃಷ್ಣದೇವರಾಯನು ಕ್ರಿ.ಶ. ೧೫೧೩ರಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಸಿದನು. ಇದಕ್ಕೆ ನೂರು ಕಾಲುಮಂಟಪವೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತೊಂದು ಛಾಯಾಚಿತ್ರ ಕಲ್ಲಿನ ರಥದ ಚಕ್ರಗಳಾಗಿವೆ. ಇದು ವಿಜಯವಿಠ್ಠಲ ದೇವಾಲಯದ ಎದುರಿಗಿದೆ.

ದಟ್ಟವಾದ ಮಳೆಯಿಂದ ಮಲೆನಾಡಿನಲ್ಲಿ ಅರಣ್ಯ ಪ್ರದೇಶದ ಸಾಂದ್ರತೆ ಹೆಚ್ಚಿ ಅಲ್ಲಿ ತೇಗ, ಕರಿಮರ (ಜೀಟಿ) ಮುಂತಾದ ಬಾಳಿಕೆಯ ಹಾಗೂ ಗಂಧದ ಮರಗಳ ಬೆಳೆಗೆ ಅವಕಾಶವಾಗಿದೆ.

ಇವರಿಂದ ಅನೇಕ ಉದ್ದಿಮೆಗಳು ಬೆಳೆದಿದ್ದು, ಗಂಧದ ಎಣ್ಣೆ, ಗಂಧದ ಕಲಿಮರದ ಕೆತ್ತನೆಯ ಕೃತಿಗಳಿಗೆ ವಿಶ್ವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಇದೆ. ಅಸಂಖ್ಯ ವನ್ಯಪ್ರಾಣಿಗಳಿಂದ ಜಗತ್ತಿನ ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಪ್ರವಾಸಿ ಕೇಂದ್ರಗಳಾದ ಅಭಯಾರಣ್ಯಗಳ ವಿಕಾಸದಂತಹ ಉದ್ದಿಮೆಯ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕರ್ನಾಟಕದ ವನ್ಯಜೀವಿ ಸಂಪತ್ತು ಹಾಗೂ ಕಲೆ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪದ ವೈಭವತೆಯಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಜನರಿಗೆ ನಾಡಿನ ಕಲೆ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ವನ್ಯಜೀವಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ನೋಡಿ ಆನಂದಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ. ಕರ್ನಾಟಕವು ಕಲಾತ್ಮಕವಾದ, ನೈಸರ್ಗಿಕವಾದ ಐತಿಹಾಸಿಕವಾದ ಒಂದು ಸುಂದರ ನಾಡು. 'ಒಂದು ರಾಜ್ಯ ಹಲವು ಜಗತ್ತುಗಳು' ನೋಡಿದ ಅನುಭವ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಎಂದು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ನೋಡಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಿ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಹೇಳುತ್ತಲಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೬: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರವು ತಾಜ್‌ಮಹಲ್ ಚಿತ್ರವಾಗಿದೆ. ಇದು ಜಾಹಿರಾತುದಾರರ ಕಲಾತ್ಮಕ ರಚನೆಯ ಚಿತ್ರ ಇದಾಗಿದೆ. ಈ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಸ್ವರ್ಗವಿರುವುದಾದರೆ ಅದು ಇಲ್ಲಿದೆ. ಷಹಜಹಾನ್‌ನ ಶಾಸನ ಈ ರೀತಿ ಹೇಳಿದೆ. ಇವನ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ವೈಭವಕ್ಕೆ ಪ್ರಧಾನವಾದ ಕಟ್ಟಡವೆಂದರೆ 'ತಾಜ್‌ಮಹಲ್' ಮೊಘಲರ ಚಕ್ರವರ್ತಿ ಷಹ-ಜಹಾನ್‌ನ ಕಟ್ಟಡಗಳಲ್ಲೆಲ್ಲ ಅತ್ಯಂತ ವಿಖ್ಯಾತವಾದುದು, ತಾಜ್‌ಮಹಲ್ ಈ ಹೆಸರು. 'ಮಮ್ತಾಜ್ ಮಹಲ್' ಎಂಬುದರ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ರೂಪ ಮೊಘಲ್ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪಕ್ಕೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಉದಾಹರಣೆ ಷಹಜಹಾನ್ ತನ್ನ ಪ್ರೀತಿಯ ರಾಣಿಯಾದ ಮಮತಾಜ್ ಮಹಲ್ ಬೇಗಂಳ ಜ್ಞಾಪಕಾರ್ಥವಾಗಿ ಆಗ್ರಾದಲ್ಲಿ ಯಮುನಾ ನದಿಯ ದಡದ ಮೇಲೆ ಭವ್ಯ ಹಾಗೂ ಸುಂದರವಾದ ತಾಜ್‌ಮಹಲ್‌ನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದನು.

ತಾಜ್‌ಮಹಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಷಾಹ್‌ಜಹಾನ ಕಾಲದ ಉತ್ಕೃಷ್ಟ ಕಲೆ ಮತ್ತು ಪರಿಣಿತ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ಇವುಗಳ ಸುಂದರ ವಿಲೀನ ಗೋಚರಿಸುತ್ತದೆ. ಹಗಲು ಹೊತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಬೆಳದಿಂಗಳಲ್ಲಿ ತಾಜ್‌ಮಹಲ್‌ನ ಬಣ್ಣ ಬದಲಾಗುವುದು ಈ ಕಟ್ಟಡದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಪೂರ್ಣ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಕಲಾತ್ಮಕವಾದ ಕಟ್ಟಡದ ಮೌಲ್ಯದಷ್ಟೆ ಪ್ರೀತಿಯ ಸಂಕೇತದಂತೆ ಟೈಟಾನ ಕೈಗಡಿಯಾರ ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ತಾಜ್‌ಮಹಲ್ ಪ್ರೀತಿಯ ಸಂಕೇತ, ಉತ್ತಮ ವಿನ್ಯಾಸದ ಸಂಕೇತ; ಇಲ್ಲಿನ ಆಕಾರ (ಸ್ಕೆಚ್) ಕಲೆಯ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಕೇತವಾಗಿದೆ. ಹಾಗೇನೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಟೈಟಾನ ಕೈಗಡಿಯಾರ ಬಹಳ ವಿನ್ಯಾಸದಿಂದ ಮೌಲ್ಯದಿಂದ ಪ್ರೀತಿಯ ಸಂಕೇತ, ಐತಿಹಾಸಿಕದ ಸಂಕೇತದಿಂದ ಕೂಡಿದೆ ಎಂದು ಸಾರುತ್ತದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತು ಐತಿಹಾಸಿಕ ಅಂಶಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ ಎಂದು ಈ ಚಿತ್ರದಿಂದ ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೮: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ಉಳಿಸಿ ಎಂಬ ಘೋಷಣೆಯಂತೆ ಭಾರತೀಯ ಕಲಾ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪದ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡುವುದು ಇದರ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಕುರುಪಗೊಳಿಸಬೇಡಿ ಭಾರತ ಇತಿಹಾಸ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕಟ್ಟಡವೂ ನಮ್ಮ ಸೊತ್ತು ಸಂಪತ್ತುಗಳಾಗಿವೆ ಎಂಬ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಈ ಛಾಯಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಬೀದರಿನ ಬರೀದ್‌ಷಾಹಿಗಳ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಣವಾದ ಗುಮ್ಮಟವಿರುವ ಮಸೀದಿಯಾಗಿದೆ. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತ ನಾಗರೀಕರು ಕುರುಪಗೊಳಿಸುವ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಮಾರಕಗಳ ಮೇಲೆ ತಮ್ಮ ಹೆಸರು, ಪ್ರೇಮ ಪ್ರಸಂಗ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಅಶ್ಲೀಲ ಸಾಹಿತ್ಯ ಮೊದಲಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಮಾರಕಗಳನ್ನು ಹಾಳುಗೆಡುವುತ್ತಿರುವ ಇಂತಹ ಸ್ಮಾರಕಗಳ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯ ಅರಿವನ್ನು ಮೂಡಿಸುವ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಮಾರಕಗಳ ರಕ್ಷಣೆಯ ಅರಿವನ್ನು ಮೂಡಿಸುವ ಜಾಹಿರಾತು ಇದಾಗಿದೆ.

ಐತಿಹಾಸಿಕ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಅಸಂಖ್ಯಾತ ಕಟ್ಟಡಗಳು ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿವೆ. ಈ ಕಟ್ಟಡಗಳು ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಅಮೂಲ್ಯವಾದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಂಪರೆಗಳಾಗಿವೆ. ಆದರೆ ಕೆಲವೊಂದು ಜನರು ಇಂತಹ ಕಟ್ಟಡಗಳ ಸೌಂದರ್ಯ ಮತ್ತು ಸೊಬಗನ್ನು ಹಾಳು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಂತಹ ಗೋಡೆಗಳ ಮೇಲೆ ವಿಕಾರವಾದ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಬರೆಯುತ್ತಾ ಅಥವಾ ಪ್ರೇಮಿಗಳ ಹೆಸರು ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಗೀರುತ್ತಾ ಅಂದವನ್ನು ಕೆಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ನಮ್ಮ ಹಾಗೆಯೇ ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯೂ ಕೂಡಾ ಇಂತಹ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಪರಂಪರೆಯ ಸೊಬಗನ್ನು ನೋಡಿ ಆನಂದಿಸಬೇಕು ಅಥವಾ ಅವರುಗಳಿಗೆ ಸಾವು ಒದಗಿಸಬೇಕು ಎಂದು ನಿಮಗೆ ಅನಿಸುವುದಿಲ್ಲವೇ? ಈ ಕಟ್ಟಡಗಳು ನಮ್ಮ ವೈಭವಯುಕ್ತ ಇತಿಹಾಸದ ಅಮೂಲ್ಯ ಸಾಕ್ಷಿಗಳಾಗಿವೆ. ಇತಿಹಾಸದ ಇಂತಹ ಸಾಕ್ಷಿಗಳ





ಅಗೌರವ ಅಪಮಾನಗಳಿಗೆ ಮೂಕದರ್ಶಕರಾಗಬೇಡಿರಿ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಇತಿಹಾಸ ಪರಂಪರೆಗಳ ಸುರಕ್ಷೆಗಾಗಿ ಮುಂದೆ ಬನ್ನಿರಿ ಎಂದು ಜನಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ತುಂಬ ಸಹಕಾರಿಯಾಗುತ್ತಲ್ಲಿವೆ. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಯುವ ಪ್ರೇಮಿಗಳಿಗೆ ತಪ್ಪಿನ ಅರಿವುಂಟಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮುದ್ದು ಮಕ್ಕಳು ಅಂತಹ ತಪ್ಪನ್ನು ಅಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಂದರೆ ಎಳೆಯ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಪರಂಪರೆಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಮತ್ತು ಅದರ ಸಂರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸಿಕೊಡಲಾಗುತಿದೆ.



ಚಿತ್ರ ೯: ಈ ಪತ್ರಿಕಾ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರವು ಹಂಪಿ ಉತ್ಸವ-೨೦೦೭ ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯು ಇರುವ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕವಾಗಿ ಆಚರಿಸುವ ದಸರಾ ಉತ್ಸವದ ವೈಭವತೆಯನ್ನು ಸಾರುತ್ತದೆ. ಮಧ್ಯಕಾಲೀನ ಭಾರತದ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಭಾರತದ ರಾಜಕೀಯ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ವಿಜಯನಗರ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯವು ಒಂದು ವಿದೇಶಿಯರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿದ ಹಂಪಿ ಗತವೈಭವವನ್ನು ಸಾರುವ ಇದು ವಿಶ್ವಪ್ರಸಿದ್ಧಿಯಾದ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿದೆ. ವಿಜಯನಗರ ಅರಸ ಶ್ರೀ ಕೃಷ್ಣದೇವರಾಯನ ಆಳ್ವಿಕೆಯಿಂದ ನಡೆದುಬಂದಿರುವ

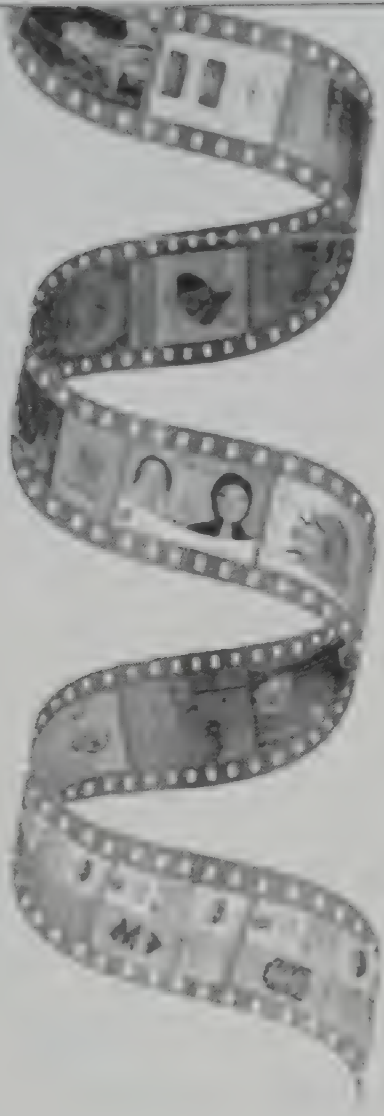
ದಸರಾ ಉತ್ಸವ ಇಂದಿಗೂ ಈ ಉತ್ಸವವನ್ನು ವಿಶ್ವಪ್ರಸಿದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅದರ ವೈಭವತೆಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ಹಂಪಿಯ ಕಲಾವೈಭವದ ಕಲ್ಲಿನ ರಥ ಎಲ್ಲರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿ ಮನಸೆಳೆದು ಕಂಗೊಳಿಸುತ್ತಿದೆ.ಶಿಲಾಬೆಟ್ಟದಡಿಯಲ್ಲಿನ ಮಹಾಮಂಟಪಗಳು ತೇರು ಬೀದಿ, ಜಾನಪದ, ಕಲಾವಂತಿಕೆಯ ಜಾನಪದ, ಯಕ್ಷಗಾನದ, ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ನೃತ್ಯ, ಡೊಳ್ಳು ಕುಣಿತ, ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ಸಂಗೀತ, ರಸಮಂಜರಿ ನೀಡುವಂತಹ ಹಂಪಿಯ ಉತ್ಸವ ಆಧುನಿಕ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಗತ ವೈಭವವನ್ನು ಈ ಉತ್ಸವ ಹೇಳುತ್ತದೆ.

ಹಂಪಿ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಬರುವ ಚಿತ್ರ ಮುತ್ತು ರತ್ನಗಳನ್ನು ರಸ್ತೆ ಬದಿಯಲ್ಲಿ ರಾಶಿ ಹಾಕಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದ ದೃಶ್ಯ ದೇಶ ವಿದೇಶಿಯರು ಬೆಕ್ಕಸ ಬೆರಗಾಗಿ ವಿಜಯನಗರ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯದ ವೈಭವವನ್ನು ಆನಂದಿಸುತ್ತಿರುವ ಕ್ಷಣಗಳು ಸುಖ ಸಂತಸದ ಬದುಕು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದ ಹಸನ್ಮುಖಿ ಪ್ರಜಾ ಸಮುದಾಯ ಏನುಂಟು! ಏನಿಲ್ಲ ಇಂತಹ ವೈಭವೋಪೇತ ಸಾಮ್ರಾಜ್ಯದ ಅವಶೇಷಗಳೊಂದಿಗೆ ವಿಶಾಲ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಿ ಸದಾ ಕುತೂಹಲದ ತಾಣವಾಗಿರುವ ಹಂಪಿ ಇಂದು ಜಗತ್ತಿನ ಬೃಹತ್ ತೆರೆದ ವಸ್ತು ಸಂಗ್ರಹಾಲಯ ವಿಶ್ವಪರಂಪರೆಯ ತಾಣ. ವೈಭವವನ್ನು ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಮನೋರಂಜನೆಗಳ ಕಲಾಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿ ಆನಂದಿಸಲು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಹಂಪಿ ಉತ್ಸವವನ್ನು ನೋಡಲು ಬನ್ನಿ ಹಾಗೂ ಅಂತಹ ಕಲಾಪರಂಪರೆಯಲ್ಲಿ ನೀವೂ ಭಾಗಿಗಳಾಗಿ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತಗಳು:

ಇಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆ, ಪ್ರವಾಸಿತಾಣ, ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಥಳ, ಮುಂತಾದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಂಶಗಳು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಿಸಲಾದ ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯೇತರ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಾಯನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕವು ಕಲಾತ್ಮಕವಾದ, ನೈಸರ್ಗಿಕವಾದ, ಐತಿಹಾಸಿಕವಾದ ಒಂದು ಸುಂದರ ನಾಡು, 'ಒಂದು ರಾಜ್ಯ ಹಲವು ಜಗತ್ತುಗಳು' ನೋಡಿದ ಅನುಭವ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಅನೇಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾರಂಶವಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾಕ್ಷರತೆ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವುಂಟು ಮಾಡಿ ಅಕ್ಷರ ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ನಾಂದಿಯಾಗಿರುವುದು ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯನದಲ್ಲಿ ನೋಡಲಾಗಿದೆ.

***



ಅಧ್ಯಾಯ: ಆರು

ಕರ್ನಾಟಕದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಶಗಳು

ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಲನದಿಂದ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿ ಅಕ್ಷರ ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ನಾಂದಿಯಾಗಿದೆ. ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ, ಅದರ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳ್ಳಲು, ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣದ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಅದರ ಪರಿಣಾಮ ಹಾಗೂ ಅನಕ್ಷರತೆಯಿಂದಾಗುವ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸರ್ವಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯಾನದ ಯೋಜನೆಗಳು ಯಶಸ್ಸು ಹೊಂದಲು ಜಾಹಿರಾತು ಹೇಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಲಿದೆ, ಶಿಕ್ಷಣ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ, ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಕಲೆ, ಸಾಹಿತ್ಯ, ಹೊಸ-ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳ ಅವಿಷ್ಕಾರ ಒಟ್ಟಾರೆ ಎಲ್ಲ ವಿಷಯವು ನಾವು ಶಿಕ್ಷಣದಿಂದ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಶಿಕ್ಷಣವು ಮಾನವನನ್ನು ಅಪೂರ್ಣತೆಯಿಂದ ಪೂರ್ಣತೆಯ ಕಡೆಗೆ ಕೊಂಡ್ಯೋಯುತ್ತದೆ. ಇಂಥ ಅಮೂಲ್ಯವಾದ ವಿಷಯವು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ, ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಕೈಪಿಡಿ, ಪುಸ್ತಕಗಳು ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ, ವಸ್ತುಪ್ರದರ್ಶನ, ನಾಟಕ, ಮುಂತಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರ ಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರಚಾರವು ಹೇಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದೇ ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ.

ಶಿಕ್ಷಣದ ಮಹತ್ವ: 'ಪ್ರಪಂಚದ ಎಲ್ಲಾ ಜನಾಂಗಗಳೂ ಸಾಕ್ಷರತೆಗೆ ಶಕ್ತಿಮೀರಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಿವೆ. ಇಪ್ಪತ್ತನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆಗೆ ಆಧ್ಯಗಮನ ಕೊಟ್ಟಿದೆ. ಮನುಷ್ಯನ ಪ್ರಥಮ ಅಗತ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆಯೂ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಹೊಟ್ಟೆಬಟ್ಟೆಗೆ ಗತಿಇಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಗಮನಕೊಡುವ ಅಗತ್ಯ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಸಾಕ್ಷರತೆ ಇಲ್ಲ ಎಂದರೆ, ಜೀವನ ವ್ಯರ್ಥ ಎನ್ನುವ ಕಟುಸತ್ಯ ಜನರಿಗೆ ಮನದಟ್ಟಾಗುತ್ತಿದೆ'[೧]. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆಗೋಸ್ಕರ ಪ್ರಚಾರವು ಬಹಳ ಹಿಂದಿನಿಂದಲೂ ಬಂದಿವೆ. '೧೯೪೧ರಲ್ಲಿ ಮೈಸೂರಿನಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಚಾರ ಸಮಿತಿ

೧. ಪ್ರೊ. ಡಿ.ಲಿಂಗಯ್ಯ 'ಕಣ್ಣಳತೆ' ಅಂಕಣಬರಹಗಳ ಸಂಕಲನ, ಪುಟ: ೧೯೬

ಜನ್ಮ ತಾಳಿತು. ಅಂದು ಸರ್ಕಾರ ರೂಪಿಸಿದ ಗ್ರಾಮಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಲಾಯಿತು. ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದಿಂದಾಗಿ ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಚಾರ ಸಮಿತಿ ೧೯೪೩ರಲ್ಲಿ "ಸಂಸ್ಥಾನ ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಚಾರ ಸಮಿತಿಯಾಗಿ" ಬದಲಾಯಿತು'[೨]. ಅಂದಿನಿಂದ ಇಂದಿನವರೆಗೂ ಅನೇಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಪತ್ರಿಕೆ, ಕರಪತ್ರ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ತಿಳಿಸಲು ಪ್ರಚಾರ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಸರಕಾರದ ಯೋಜನೆಗಳು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ ಜನಜಾಗೃತರಾಗಬೇಕು. ಜನಜಾಗೃತರಾಗಲು ಅವರಿಗೆ ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನಬೇಕು. ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನವಿಲ್ಲದೆ ಏನನ್ನೂ ಸಾಧಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಇಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನಮ್ಮ ಸರ್ಕಾರ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಆಂದೋಲನವನ್ನು ವೈಜ್ಞಾನಿಕವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ಯೋಜಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಸಮಾಜ ಕಟ್ಟುವ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ದೇಶದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಪ್ರಜೆಯ ಪಾತ್ರ ಬಹಳ ಅಮೂಲ್ಯವಾದದ್ದು ರಾಜ್ಯ ರಾಷ್ಟ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳು ಫಲನೀಡಬೇಕಾದರೆ, ಸರ್ವರೂ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕೆಂಬ ಸತ್ಯವು ಸರಕಾರ ಮನಗಂಡಿದೆ. ದೇಶದ ಕಟ್ಟ ಕಡೆಯ ಮನುಷ್ಯನಿಗೂ ಅಕ್ಷರದ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು ೧೯೪೧ರಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಚಾರ ಸಮಿತಿ ೧೯೮೮ರಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಪ್ರಚಾರ ಮಂಡಳಿ (NLM) ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಆಂದೋಲನ ಕರ್ನಾಟಕ ಪ್ರಯೋಗ ೧೯೮೯ ಎಂದು ನಾಡಿನ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ದಾಖಲಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರವು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಸಾರ್ವತ್ರೀಕರಣವನ್ನು ಸಮುದಾಯದ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ಸಹಭಾಗಿತ್ವದಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಗೊಳಿಸಲು ೨೦೦೨ರಂದು 'ಸರ್ವಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯಾನ' ಎಂಬ ವಿಶಿಷ್ಟ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಅನೇಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಕೈಗೊಂಡು ಅವುಗಳು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿ ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರಿಗೆ ಸಾಕ್ಷರರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವ ಹಂಬಲ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ.

ಶಿಕ್ಷಣದ ಉದ್ದೇಶ: ಸಾಕ್ಷರತೆ ಎಂದರೆ ಕೇವಲ ಓದು, ಬರಹ, ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನ, ಮಾತ್ರವಲ್ಲ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬನಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವಾಗ ಅದರದೇ ಆದ (ಶಿಕ್ಷಣ) ಗುರಿ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಇವೆ. 'ಆರೋಗ್ಯ ಗುರಿ ಶೀಲ ಸಂವರ್ಧನೆಯ ಗುರಿ, ಪೂರ್ಣಜೀವನ ಗುರಿ, ನಾಗರೀಕತೆಯ ಗುರಿ, ಜೀವನೋಪಾಯದ ಗುರಿ ಹೀಗೆ ಹಲವಾರು ಗುರಿಗಳು ಶಿಕ್ಷಣ ಹೊಂದಿದೆ'[೩]. ಇಂಥ ಗುರಿಗಳು ಇಡೇರಿಕೆಯಿಂದ ಸಮಾಜವು ಸಮೃದ್ಧವಾಗಿ ಸುಂದರವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಬಹುದು. ಕೇವಲ ಉದ್ದೇಶ ಅಥವಾ ಗುರಿ ಹೊಂದಿದ ಮಾತ್ರಕ್ಕೆ ಕಾರ್ಯಪೂರ್ಣಗೊಂಡಂತೆ ಅಲ್ಲ. ಅಂಥ ಗುರಿ ಉದ್ದೇಶಗಳು, ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತರಲು ವಿಶಾಲವಾದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ಹೊಂದಿದ ಸರ್ಕಾರ ಸಮುದಾಯ, ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಕರಪತ್ರ, ಕೈಪಿಡಿ, ಮುಂತಾದ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ

೨. ತುಕಾರಮ್ .ಎಸ್ ಮತ್ತು ವೆಂಕಟೇಶ .ಟಿ ಸಾಕ್ಷರಧಾರೆ, ಪುಟ: ೭೧.
೩. ಪ್ರೊ. ಎನ್.ಜಿ. ಕರೂರ ಶಿಕ್ಷಣ ಮಾರ್ಗ, ಪುಟ: ೬

ಶ್ರಮಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ/ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಲಿವೆ.

ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಸರ್ಕಾರವು ಕೇವಲ ಅಕ್ಷರದ ಶಿಕ್ಷಣ ಮಾತ್ರ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ, ಸಾಕ್ಷರತಾ ಆಂದೋಲನ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಅನಕ್ಷಸ್ಥರಿಗೆ ಓದು ಬರೆಯುವುದೇ ಅಲ್ಲದೆ ದಿನನಿತ್ಯದ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಸಾಮಾನ್ಯಜ್ಞಾನದ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಪ್ರಚಾರ ಮಂಡಳಿ (ಓಐಐ ೯ಅಅ) ಯ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಅಕ್ಷರಜ್ಞಾನದ ಜೊತೆ ಜೊತೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಸರ, ಸ್ವ ಉದ್ಯೋಗ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಭಾವೈಕ್ಯತೆ, ಕುಟುಂಬ ಯೋಜನೆ, ಮುಂತಾದವುಗಳ ಪ್ರಚಾರವು ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು.

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಪ್ರಚಾರ ಮಂಡಳಿಯ ಕಾರ್ಯಗಳು ಈ ರೀತಿ ಇವೆ.

೧) 'ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತಾವೇ ಬಗೆಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತಹ ಮನೋಭಾವನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವನ್ನುಂಟು ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವುದು.

೨) ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡುವುದು.

೩) ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಭಾವೈಕ್ಯತೆ, ಸ್ವಾಭಾವಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ರಕ್ಷಣೆ, ಸ್ತ್ರೀಯರಿಗೆ ಸಮಾನತೆ, ಕುಟುಂಬ ಯೋಜನೆ, ಆರೋಗ್ಯ, ಮುಂತಾದವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವುದು.

೪) ವಯಸ್ಕರು ವಿದ್ಯಾವಂತರಾಗಲು ಯೋಗ್ಯ ರೀತಿಯ ಪರಿಸರವನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಅದರಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು.

೫) ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಮೂಡಿಸುವುದು.

೬) ವಯಸ್ಕರಿಗೆ ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಮನವರಿಕೆ ಮಾಡಿಕೊಡುವುದು.

೭) ರಾಜ್ಯದ ಹಾಗೂ ರಾಷ್ಟ್ರದ ಕಾನೂನುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹಾಗೂ ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಯಪಡಿಸುವುದು.

೮) ವಯಸ್ಕರನ್ನು ಸರ್ವತೋಮುಖವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿ ಅವರು ಸ್ವ-ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ರೂಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು.

೯) ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ ಸಾಕ್ಷರತೆಯ ಆಂದೋಲನದಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯಾವಂತರನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

೧೦) ಸ್ವಯಂ ಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಕ ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ ಸಾಕ್ಷರತೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರಪಡಿಸುವುದು'[೪] ಇಂತಹ ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಯೋಜನೆ ಕಾರ್ಯವು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ, ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ತಲುಪಲು ಜಾಹಿರಾತಿನ ನೆರವು ಬೇಕೇಬೇಕು. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಸಮರೋಪಾದಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಆಂದೋಲನ ಪ್ರಚಾರವು ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ.

ದೇಶ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳು ಫಲನೀಡಬೇಕಾದರೆ, ಜನಸಮುದಾಯವು ಸಾಕ್ಷರಾಗಬೇಕು. ಸರಕಾರವು ಸಮಾಜಕ್ಕಾಗಿ, ಜನರಿಗಾಗಿ ರೂಪಿಸುವ ಯೋಜನೆ ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ

೪. ಸಿ.ವಿ. ಜಯಣ್ಣ, ಆಧುನಿಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಒಲವುಗಳು, ಪುಟ: ೨೬, ೨೭

ಬಂದು ದೇಶದ ಕೊನೆ ಪ್ರಜೆಗೂ ಅದರ ಅರಿವು ಮತ್ತು ಫಲಸಿಗಬೇಕಾದರೆ ಅವುಗಳೆಲ್ಲವು ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ತಿಳಿಸಿದರೆ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯ.

ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಸರಕಾರವು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವಿಷಯದೊಂದಿಗೆ 'ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಸ್ಫೋಟ, ನಿರುದ್ಯೋಗ, ಬಡತನ, ಅಪೌಷ್ಠಿಕತೆ, ಮಾರಕ ರೋಗರುಜಿನ, ಮೌಢ್ಯ, ಧರ್ಮಾಂಧತೆ, ಭಯೋತ್ಪಾದಕತೆ, ಶೋಷಣೆ, ಭ್ರಷ್ಟಾಚಾರ, ಅತ್ಯಾಚಾರ, ಅವೈಚಾರಿಕತೆ, ಅವೈಜ್ಞಾನಿಕತೆ, ದೇಶದ್ರೋಹ, ನರಹತ್ಯೆ, ಹೆಣ್ಣು ಭ್ರೂಣಹತ್ಯಾ, ಆತ್ಮವಂಚನೆ, ಅಪ್ರಮಾಣಿಕತೆ ಮೊದಲಾದ ಜ್ವಲಂತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು"[೫] ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನರಿಗೆ ಇವುಗಳ ಬಗೆಗೆ ಅರಿವುಂಟು ಮೂಡಿಸಲು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲಿದೆ. 'ಸಮಸ್ತ ಜನರು ಸುಶಿಕ್ಷಿತರಾಗಬೇಕು ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ದೇಶದ ಯೋಜನೆಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಗಳು ಪ್ರಗತಿಪರಧೋರಣೆಗಳು ಕುಂಠಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ದೇಶದ ಒಗ್ಗಟ್ಟು, ಸಮಗ್ರತೆ ನಾಶವಾಗುತ್ತದೆ'[೬] ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ಕಾರವು ಪ್ರಚಾರದ 'ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ನೆರವು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ, ಮಾಧ್ಯಮವು ನೇರವಾಗಿ ವೀಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಜನರ ಮನೋಧೋರಣೆಗಳು ಬದಲಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ'[೭] ಎಂದು ಅರಿತುಕೊಂಡಿದೆ. ಉದಾ: 'ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಸಮಿತಿ' ಇದು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರೋಗ್ಯ ಅಭಿಯಾನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಡಿ ಗ್ರಾಮಾಂತರ ಪ್ರದೇಶದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರಲ್ಲಿ ರೋಗಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ತಡೆಗಟ್ಟಬೇಕು, ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಇದರಿಂದ ಅವರ ಜೀವನದ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಪ್ರಚಾರದ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರೋಗ್ಯ ಅಭಿಯಾನದ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಮಾಂತರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಜನರ ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಡಿ ಸಮುದಾಯದ ಸಹಭಾಗಿತ್ವಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗಿದೆ ಎಂದರೆ ಸರಕಾರದ ಕೆಲಸಕಾರ್ಯಗಳು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರದು ಅವು ಸ್ವತಃ ಜನರೇ ಭಾಗವಹಿಸಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕೆಂದು ಅರಿವುಂಟು ಮೂಡಿಸುತ್ತದಲ್ಲದೆ, ಇದರಿಂದ ಸಮುದಾಯ ಜಾಗೃತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ಕಾರವು ಹಲವು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡಿದೆ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅಕ್ಷರ ದಾಸೋಹ, ಕೂಲಿಯಿಂದ ಶಾಲೆಗೆ, ಬಾ ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ, ಬಾ ಬಾಲೆ ಶಾಲೆಗೆ, ಹೀಗೆ ಹಲವು ಹತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡು ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ಶಿಕ್ಷಣವು ಜೀವನಕ್ಕೆ ಅವಶ್ಯಕವಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಜನರಲ್ಲಿ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾ: ಬಾ ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ' 'ಇದರ ಉದ್ದೇಶ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವರ್ಷದ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಶಾಲೆ ಬಿಟ್ಟು ಹಾಗೂ ದೀರ್ಘಕಾಲ ಗೈರು ಹಾಜರಾದ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ ತರುವುದಾಗಿತ್ತು. ೨೦೦೨ರಲ್ಲಿ ಶಾಲೆಯಿಂದ ಹೊರಗುಳಿದ ಮತ್ತು ಗೈರುಹಾಜರಾಗಿರುವ ಸುಮಾರು ೫.೬ಲಕ್ಷ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಶಾಲೆಗೆ ಮರಳುವಂತೆಮಾಡಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯು ೨೦೦೨ರ ಕನ್ನಡ

೫. ಪ್ರೊ. ಡಿ.ಲಿಂಗಯ್ಯ 'ಕಣ್ಣಳತೆ' ಅಂಕಣಬರಹಗಳ ಸಂಕಲನ, ಪುಟ: ೧೯೭
೬. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೧೯೭
೭. ಓ.ವಿ. ಜಯಣ್ಣ, ಆಧುನಿಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಒಲವುಗಳು, ಪುಟ: ೧೯೮.

ರಾಜ್ಯೋತ್ಸವವನ್ನು 'ಬಾ ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ' ಎಂಬ ಆಂದೋಲನದ ಮೂಲಕ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಆಚರಿಸಿ ಯಶಸ್ವಿಗೊಳಿಸಲಾಯಿತು. ಇದರ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಕರು, ಪೋಷಕರು, ಮಕ್ಕಳು, ಸಮುದಾಯ, ಸಂಘ-ಸಂಸ್ಥೆಗಳು[೮], ಜೊತೆಗೆ ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಬಗ್ಗೆ ಜನರಲ್ಲಿ ಅರಿವುಂಟು ಮಾಡಲು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಾತ್ರ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿತ್ತು. ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗಗಳ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಮಕ್ಕಳಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರದ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು ಪ್ರಚಾರ ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ. 'ಬಾ ಬಾಲೆ ಶಾಲೆಗೆ' 'ಸರ್ವಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯಾನದಡಿ ಶಾಲೆಯಿಂದ ಹೊರಗುಳಿದ ೬ ರಿಂದ ೧೪ ವರ್ಷದವರೆಗಿನ ಎಲ್ಲಾ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ೨೦೦೩ರ ಅಂತ್ಯದೊಳಗೆ ಶಾಲೆಗೆ ಕರೆತರುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ಇದರ ಉದ್ದೇಶ ಶಾಲೆಗೆ ಬಾರದ ೧೫ ವರ್ಷದವರೆಗಿನ ಎಲ್ಲಾ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಶಾಲೆಗೆ ಕರೆತರುವುದು, ಏಕೆಂದರೆ, ಸರ್ಕಾರವು ಎಷ್ಟೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಿದ್ದಾಗ್ಯೂ ಸುಮಾರು ೨ ಲಕ್ಷ ಮಕ್ಕಳು ಶಾಲೆಯಿಂದ ಹೊರಗುಳಿದಿದ್ದಾರೆ. ಆ ಪೈಕಿ ಬಾಲಕಿಯರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚು[೯] ಅದಕ್ಕಾಗಿ 'ಬಾ ಬಾಲೆ ಶಾಲೆಗೆ' ಎಂಬ ವಿನೂತನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡು ಭಿತ್ತಿ ಪತ್ರ, ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ಕರಪತ್ರ, ಕೈಪಿಡಿ ಮುಂತಾದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿ ಶಾಲೆಗೆ ಬಾರದ ಬಾಲಕಿಯರನ್ನು ಮತ್ತು ಪೋಷಕರನ್ನು ಮನವೊಲಿಸಿ ಅವರಿಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡಿ, ಬಾಲಕಿ ಶಾಲೆಗೆ ಬರುವಂತೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತಲಿವೆ. 'ಕೂಲಿಯಿಂದ ಶಾಲೆಗೆ' ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕರಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. 'ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು, ಸರ್ವಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯಾನದಡಿ ರಾಜ್ಯಾದ್ಯಂತ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ೨೦೦೩ ಫೆಬ್ರವರಿ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ವಿರುದ್ಧ ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಲನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ'[೧೦] ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡು ದುಡಿಯುವ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಅಥವಾ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಆ ದಾಸ್ಯದಿಂದ ಮುಕ್ತಿಗೊಳಿಸಿ, ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನದತ್ತ ಕರೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗುವುದೇ 'ಕೂಲಿಯಿಂದ ಶಾಲೆಗೆ' ಆಂದೋಲನದ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ಸಮಸ್ಯೆ ಇಡೀ ಪ್ರಪಂಚಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಇದೆ. ಅಂತಹ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಇಂದು ಸಮಾಜದ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಗೆ ಮತ್ತು ಮೂಲಭೂತವಾದ ಶಿಕ್ಷಣದ ಕಡೆಗೆ ಕರೆತರಲು ಪ್ರಚಾರವು ಸರಕಾರಕ್ಕೆ ಸಂಘ-ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ನೆರವಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ಸರಕಾರದ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಂಡಾಗ ಉದಾ: ಅನಕ್ಷರತೆ ನಿರ್ಮೂಲನೆ, ಆರೋಗ್ಯದ ಅರಿವು, ಪೌಷ್ಠಿಕ ಆಹಾರ, ಅಂಗವಿಕಲತೆ, ಏಡ್ಸ್, ಹೆಣ್ಣು ಭ್ರೂಣ ಹತ್ಯೆ, ಪರಿಸರಮಾಲಿನ್ಯ, ಮಳೆನೀರು, ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಸ್ಫೋಟ, ಕ್ಷಯರೋಗ, ಕಾಲರ, ಮುಂತಾದ ಜ್ವಲಂತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಜನಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಅವುಗಳ ಅರಿವು ಅಥವಾ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಸಮೂಹ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂದು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸಂಪರ್ಕದ/ಸಂವಹನದ

---

೮. ಸಿ.ವಿ. ಜಯಣ್ಣ, ಆಧುನಿಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಒಲವುಗಳು, ಪುಟ: ೧೧೯.
೯. -- ಅದೇ -- ಪುಟ: ೧೧೯ / ೧೨೦.
೧೦. -- ಅದೇ -- ಪುಟ: ೧೨೦.

ಪ್ರಬಲ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಚಿಕ್ಕ, ಪುಟ್ಟ, ದೊಡ್ಡ ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಇದ್ದರೂ ಅದರ ಅಬ್ಬರದ ಪ್ರಚಾರದಿಂದಲೇ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಗೊತ್ತಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಅರಿವು ಅಥವಾ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತಲ್ಲದೆ ಮತ್ತು ಇಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ಬರಲು ಅವು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕರಣಗೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಾತ್ರವು ಏನು ಎಂಬುವುದು ಇಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧: ಈ ಚಿತ್ರವು ಬಜಾಜ್ ಇನ್ಸುರೆನ್ಸ್ ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಬಳಸಲಾಗಿದ್ದು, ಪೋಷಕರು ಮಕ್ಕಳ ಶ್ರೇಯೋಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಅವರ ಬದುಕು ಬಂಗಾರ ಮಾಡಲು ಹಲವು ಹತ್ತು ಯೋಚನೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಹಗಲಿರುಳು ಅವರ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸದ ಬಗ್ಗೆ, ನೌಕರಿ ಬಗ್ಗೆ, ಭವಿಷ್ಯದ ಜೀವನ ಕುರಿತಾಗಿ ಏನೆಲ್ಲಾ ಸಹಾಸ ಪಡುತ್ತಾರೆ, ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಹಲವು ಹತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಂಡಿರುವಂತಹ ವಿಮಾ ಕಂಪನಿಗಳು ಖಾಸಗಿಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭಗಳಿಸಿ ಕೊಡುವಲ್ಲಿ ಬೇಗನೇ ಹಣ ದ್ವಿಗುಣಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ವಿಮೆಯನ್ನು ಹಿಂದೆ ಹಾಕುವಲ್ಲಿ ಇವುಗಳ ಪಾತ್ರ ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿದೆ. ಕಾರಣ ಮಕ್ಕಳ ಭವಿಷ್ಯನಿಧಿಯೇ, ಮಕ್ಕಳ ಭವಿಷ್ಯ ಠೇವಣಿಯೇ, ಪಾಲಿಸಿಯೇ ಇರಲೇಬೇಕೆಂಬ ಯೋಚನೆ ಮಾಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಚೈಲ್ಡ್ ಪ್ಲಾನ್ ನೆರವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ ಹಾಗೂ ದ್ವಿಗುಣ ತ್ರಿಗುಣವಾಗಿ ಒಳ್ಳೆಯ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಪಡೆಯಲು ನೆರವಾಗಬಹುದೆಂದು ಅನೇಕ ಪೋಷಕರು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಹಾಕಿರುತ್ತಾರೆ. ಅಂತಹವರ ಸಹಾಯಕ್ಕೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಹಕರಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಮತ್ತು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಮಹತ್ವ ನೀಡಿದೆ. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಪೋಷಕ ತನ್ನ ಮಗನು ತನಗಿಂತ ಬಹು ಎತ್ತರ ಬೆಳೆಯಬೇಕೆಂದು ತನ್ನ ಹೆಗಲ ಮೇಲೆ ಕೂರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು ತನಗಿಂತ ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣ ಎತ್ತರದ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ, ಉದ್ಯೋಗ, ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವ ಹೊಂಗನಸನ್ನು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಮಗುವಿಗಾದರೂ ತುಂಬಾ ಖುಷಿ ಅವನು

ತಂದೆ ನೀಡುವ ಪಾಕೆಟ್ ಮನಿ ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದು, ಅಂತಹ ಪಾಕೆಟ್ ಮನಿಯಿಂದ ಸಂತೃಪ್ತಗೊಂಡು ಕೊನೆಗೆ ದೊಡ್ಡವನಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆಯೇ ಸ್ವಂತ ಒಂದು ಬೈಕ್ ಖರೀದಿ ಮಾಡಬೇಕೆಂಬ ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಅಂತಹ ಬೈಕ್ ಆದಮೇಲೆ ಮತ್ತೆ ಮತ್ತೆ ಕನಸು ಕಾಣುವುದು ಉನ್ನತ ವ್ಯಾಸಂಗ ಮಾಡಲು ಅಂತಹ ಪಾಕೆಟ್ ಮನಿಯನ್ನು ಬಳಸಬಹುದೆಂದು ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಉನ್ನತ ವ್ಯಾಸಂಗ ಮಾಡಿ ವಿದೇಶದ ಮಣ್ಣಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಭಾರತೀಯರು ಬದುಕುವ ಕನಸು ಕಾಣುವ ಇಂದಿನ ಯುವಪೀಳಿಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕಾಗಿ ಯಾರು ನೆರವು ನೀಡುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಯುವಕರ ಪೋಷಕರ ಕನಸು ಸುಗಮವಾಗಿ ನನಸಾಗಲೆಂದು ಆಶಿಸುತ್ತಾ ಹಲವು ಹತ್ತು ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕಟಿಸಿರುವ ಬಜಾಜ್ ಆಲಿಯನ್ಜ್ ಲೈಫ್ ಇನ್ಶೂರೆನ್ಸ್ ನಿಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಯಾವಾಗ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತವೆಯೊ ಅದರ ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿಕೆಗೆ ಹಾಗೂ ಇತರ ಯೋಚನೆಗಳಿಗಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಕನಸನ್ನು ನನಸಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಇಂತಹ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನ ಮೂಲಕ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಸಂದೇಶ ರವಾನಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆಯಲು ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು ನೀಡುವ ಸಂಘ-ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮಾಹಿತಿ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೨: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಮುಂದಿನ ಜನಾಂಗದ ಭವಿಷ್ಯ ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಮನೆಯ ಹಿರಿಯರು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಆರ್ಥಿಕ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಚಿಂತನೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾ ಮನೆಯ, ಮಗುವಿನ ಹಾಗೂ ಮಕ್ಕಳ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಹೊತ್ತು ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳು ಹೀಗೇನೆ ಓದಬೇಕು ಇಂತಹ ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನೇ ಪಡೆಯಬೇಕು. ಇಂತಹ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಸೇರಬೇಕು ಹೀಗೇನೆ ಮನೆಕಟ್ಟಬೇಕು. ಇಂತಹ ಹುಡುಗಿಯನ್ನೇ/ಹುಡುಗನನ್ನೇ ಕೈಹಿಡಿಯಬೇಕು. ಅವರಿಂದ ಇಂತಹ ಜನರೇಷನ್ ಬೆಳೆಯಬೇಕೆಂಬ ಸುದೀರ್ಘ ಆಲೋಚನೆ, ಚಿಂತನೆ, ಕಲ್ಪನೆ, ಊಹೆಗಳಿಂದಾಗಿ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ, ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಣ ಸುರಿಯುವುದು ಸರ್ವೇಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿರುವ ಒಬ್ಬ ಸುಶಿಕ್ಷಿತ ವ್ಯಕ್ತಿ ಹಾಗೂ ಮನೆಯ ಯಜಮಾನ ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ಜೀವನ ಶೈಲಿ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅದೇ ರೀತಿ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳು ಇರಬೇಕೆಂದು ಬಯಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ತನ್ನ ಎದುರಿಗೆ ಇರುವ ಕಂಪ್ಯೂಟರನ್ನು ಅದರಲ್ಲೂ ತನ್ನ ಮಗಳ ವಿದೇಶ ಶಿಕ್ಷಣ, ವಿದೇಶ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬಯಸುವ ಆಸೆ ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತಾ ತನ್ನ ಹೈಟೆಕ್ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಇಂತಹದ್ದೇ ಇರಬೇಕೆಂದು ಕನಸು ಕಾಣುವುದು ಸರ್ವೇ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಕನಸು ನನಸಾಗಿಸಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಜನರಿಗೆ (ನೋಡುಗರಿಗೆ) ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಸಹಕರಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

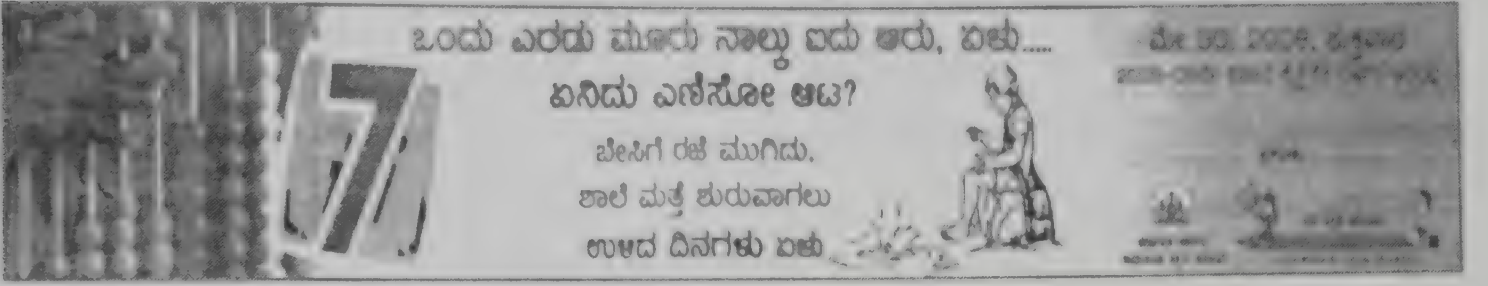
ಸ್ವೆಟರ್‌ನ್ನು ಧರಿಸಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಮುಂದೆ ಕುಳಿತಿರುವ ಹಾಗೂ ಟೇಬಲ್‌ಲ್ಯಾಂಪಿನ ಮಂದ ಬೆಳಕಿನಲ್ಲಿವ್ವ ಶಾಂತತೆಯ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ಗಾಢ ಆಲೋಚನೆ ಮಾಡುವುದು ತನ್ನ ಮಗಳು

ವಿದೇಶದಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆದು ಅಲ್ಲಿಯೇ ಉದ್ಯೋಗಸ್ಥಳಾಗಬೇಕು ಅದನ್ನು ಕಂಡು ನಾನು ಸುಖಿಸಬೇಕು ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಈತನ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ಮಂದಹಾಸ, ಕೆಂಪು ವರ್ಣದ ವಿದೇಶಿ ಬಣ್ಣದ ಈತನ ಗಟ್ಟಿಮುಟ್ಟಾದ ಶರೀರ, ಅನುಭವ ಹೆಚ್ಚಿಸಿರುವ ಕನ್ನಡಕ ಧರಿಸಿದ ಹೊಳಪುಳ್ಳ ಕಣ್ಣುಗಳು, ಎಲ್ಲದಕ್ಕೂ ತಕ್ಕ ನಿಲುವು ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಹೊಂದಿರುವ ಈತನೆದುರಿಗೆ ತನ್ನ ಮುದ್ದಿನ ಮಗಳು ಘಟಿಕೋತ್ಸವದ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದು ಘಟಿಕೋತ್ಸವದ ವೇಗ ಉಡುಗೆಯೊಂದಿಗೆ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, ಅವಳ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ಸಂತಸದ ನಗೆ ಹಾಗೂ ತಂದೆಯಂತೆ ಉತ್ಸಾಹ, ಅವಳ ಜೀವನದ ಅತ್ಯದ್ಭುತ ಸಂತೋಷದ ಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸುವಂತ ಎಲ್ಲಿಲ್ಲದ ಹರ್ಷ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ನಿಮಗೂ ಇಂತಹ ಆನಂದದ ಕ್ಷಣ ಬೇಕಾದರೆ (ನೋಡುಗರಿಗೆ) ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆಯಿರಿ ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಮ್ಮೆ ನೋಡಿ ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗಿದೆ.

ಹೀಗೆ ಅಮೋಘ, ಅವಿಸ್ಮರಣೀಯವಾದ ಜೀವನದ ಆಸೆ-ಕನಸನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಾಲ ಯೋಜನೆಗಳು ಜೀವ ವಿಮಾ ಪಾಲಿಸಿಗಳು ಎಲ್ಲರ ಬದುಕಿಗೆ ಆಶಾಕಿರಣವಾಗಿವೆ. ನಿಮ್ಮ ಸೇವೆಯೇ ನಮ್ಮ ಪರಮಗುರಿ ಎಂದು ತಿಳಿಸುವ ಶುಭ್ರವಾದ ಅಕ್ಷರಗಳಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಪವಿತ್ರವಾದದ್ದು, ಎಂತಲೂ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಾಗಿರುವ ನೀಲಿ ಬಣ್ಣ ಆಕಾಶದೆತ್ತರಕ್ಕೆ ನಿಮ್ಮ ಕನಸು ಆಸೆ ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಲು ಸದಾ ನಾವು ಸಿದ್ಧ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂತಸ್ತನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಸರ್ವರಿಗೂ ಹಿತ ಬಯಸುತ್ತೇವೆಂದು, ಸರ್ವರಿಗೂ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಾಲ, ನೆರವು ನೀಡುತ್ತೇವೆಂದು ಮತ್ತು ಎಲ್ಲರೂ ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣ ಹೊಂದಿ ರಾಜ್ಯ-ರಾಷ್ಟ್ರದ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವೆಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೩: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಮೂಲ-

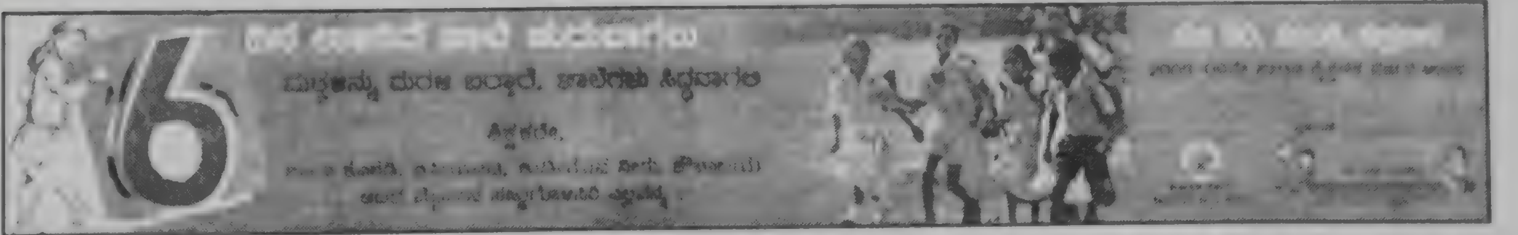
-ಭೂತ ಕೌಶಲ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಗುರಿ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಶಾಲೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಶಿಕ್ಷಣದ ಉನ್ನತೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ಹಲವಾರು ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ನೀಡಿ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ವಿಶೇಷ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಲಿಕೆಯತ್ತ ಗಮನ ಸೆಳೆಯಲು ಹಾಗೂ ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಸಂವಿಧಾನಾತ್ಮಕ ಹಕ್ಕನ್ನು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆಯುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಮನಗಂಡ ಸರ್ಕಾರದ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆ ಕೆಲವೊಂದು ನೀತಿ, ನಿಯಮ, ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ಅಧೀನಾಧಿಕಾರಿಗೆ, ಪೋಷಕರಿಗೆ, ಶಿಕ್ಷಕರಿಗೆ ಹೀಗೆ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಸಮಾಜದ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯ ಎಲ್ಲರ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಶಾಲೆ ಆರಂಭಗೊಳ್ಳುವ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವರ್ಷದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಲು ವಿಶೇಷ ಆಕರ್ಷಣೆ ಮಾಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದೆ.



ಅಲ್ಲದೇ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಆಲಿಸುವ, ಮಾತನಾಡುವ, ಓದುವ, ಬರೆಯುವ (ಕನಿಷ್ಟ) ಕೌಶಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವೂ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದು, ಇಂತಹ ಕೌಶಲ್ಯ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದಿಂದಲೇ ಸಮರ್ಪಕ ಕಲಿಕೆ ನಡೆಯಬೇಕಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ಮಕ್ಕಳ ಕಲಿಕೆಗೆ ಅದರಲ್ಲೂ ಗಣಿತ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಕ್ಕೆ ಇಂತಹ ಮಣಿಗಳುಳ್ಳ ಸ್ಲೇಟನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿದ್ದನ್ನು ಬಹಳ ಸುಲಭವಾಗಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಕಲಿಯುತ್ತಾರೆ. ಎಣಿಕೆಗೆ ಸುಲಭವಾಗುವಂತೆ ಒಂದು, ಎರಡು, ಹೀಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಬಣ್ಣಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ ಮಣಿ ಎಣಿಸುವಿಕೆ ಒಂದು ಆಟವು ಆಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುವುದು, ಮಾಡಿ ಕಲಿ ತತ್ವಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಎಣಿಕೆಗೆ ನೆರವಾಗುವುದು. ಇಲ್ಲಿ ಬೇಸಿಗೆ ರಜೆಯನ್ನು ಯಾವುದೇ ಶಾಲೆಯ ಭಯಭೀತಿಯಿಲ್ಲದೇ ಕಳೆಯುತ್ತಿದ್ದು ಕೊನೆಗೆ ಶಾಲೆ ಎಷ್ಟು ದಿನಕ್ಕೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವುದು? ಬೇಸಿಗೆ ರಜೆ ಮುಗಿಯುವುದು ಯಾವಾಗ? ಶಾಲೆ ಆರಂಭವಾಗುವುದು ಯಾವಾಗ? ಎಂಬ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಕ್ಕೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿರುವಂತಹ ಬಾಲಕ ತನ್ನ ಶಾಲೆಯ ಬ್ಯಾಗನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಂಡು ನದಿ ತೀರದಲ್ಲಿ ಕಲ್ಲಿನ ಮೇಲೆ ಕುಳಿತು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಾ ಕಲ್ಲನ್ನು ಎಸೆಯುತ್ತಿರುವುದು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಬೇಸಿಗೆ ರಜೆಯಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳು ನದಿ ಹಳ್ಳ, ಕೊಳ್ಳಗಳತ್ತ ಈಜಲು ಹೋಗುವರು. ಅದನ್ನೆಲ್ಲ ನೆನಪಿಸಿಕೊಂಡು ಏಳು ದಿನ ಮಾತ್ರ ಆಟ ಆಡಲು ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿವೆ. ಶಾಲೆ ಆರಂಭಕ್ಕೂ ಇಷ್ಟೇ ದಿನ ಅಂತರವಿದೆಯೆಂದು ಗಾಢ ಯೋಜನೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಶಾಲೆ ಆರಂಭಕ್ಕೆ ದಿನಗಳ ಎಣಿಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಸಂಪೂರ್ಣ ತಯಾರಿಯಾಗಬೇಕೆಂದು ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೪: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಶಾಲಾ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವ ದಿನಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಶಾಲೆಯತ್ತ ಮರಳುತ್ತಿರುವ ಮಕ್ಕಳ ಚಿತ್ರವು ಅಷ್ಟೇ ಮನೋಹರವಾಗಿದೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳವರೆಗಿನ ಎಲ್ಲಾ ಶಾಲೆಗಳಲ್ಲಿ, ಸರ್ಕಾರಿ, ಖಾಸಗಿ, ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು ಸರ್ಕಾರ ಚಾಲನೆ ನೀಡಿದ ಜಾರಿಗೆ ತಂದ ಅನೇಕ ಯೋಜನೆಗಳು ಕಲಿಕೆಗೆ ಪ್ರಚೋದನೆ ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಅಂತಹ ಯೋಜನೆಗಳು ನೈಜ ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗೆ ತಲುಪಬೇಕು. ಅವರು ಅದರ ಲಾಭ ಪಡೆದು ಕಲಿಕೆ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಕಾಣಬೇಕು. ಸರ್ಕಾರದ ಅನೇಕ ಯೋಜನೆಗಳಾದಂತಹ ಬಿಸಿಯೂಟ, ಶುದ್ಧ ಕುಡಿಯುವ ನೀರು, ಶೌಚಾಲಯ, ಆಟದ ಮೈದಾನ, ಶಾಲಾ ಕೊಠಡಿಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿರಬೇಕು. ಏಕೆಂದರೆ, ರಜೆಯಲ್ಲಿ ಇವುಗಳ ಬಳಕೆ ನಿಲ್ಲಿಸಿರುವುದರಿಂದ ಅವೆಲ್ಲವೂ ಮತ್ತೆ ಚಾಲನೆಗೆ ಬರಬೇಕು. ಕುಡಿಯುವ ನೀರು ಶುದ್ಧವಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಯಾವ ಸಾಂಕ್ರಾಮಿಕ ರೋಗಗಳೂ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಬಿಸಿಯೂಟದಂತಹ ಪೌಷ್ಠಿಕ ಆಹಾರ, ಬಡಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಕಲಿಕೆಗೆ ಆಸಕ್ತಿ ಮೂಡಿಸಲು ನೆರವಾಗುವುದರಿಂದ ಬಿಸಿಯೂಟಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ತರಕಾರಿ, ರೇಷನ್, ಪಾತ್ರೆ, ಮೊದಲಾದವುಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ತಯಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪೂರ್ವ ಸಿದ್ಧತೆಗೊಸ್ಕರ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುವುದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

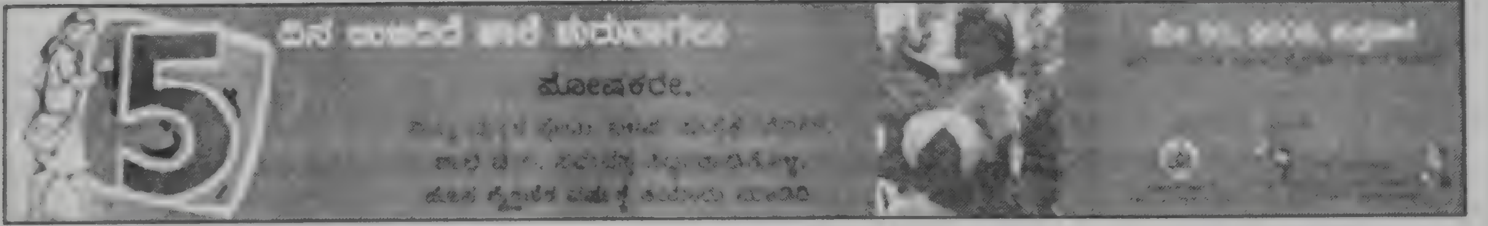
ಶೌಚಾಲಯಗಳನ್ನು ಶುದ್ಧಗೊಳಿಸಬೇಕು, ರೋಗರುಜಿನಗಳಿಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡದಂತೆ ನೀರಿನಿಂದ ಸ್ವಚ್ಚಗೊಳಿಸಿ, ಫಿನಾಯಿಲ್ ಹಾಕಿ, ತಿಕ್ಕಿಸಿ ಟ್ಯಾಂಕ್ ತೊಳೆದು, ನೀರಿನ ತೊಟ್ಟಿ ಶುದ್ಧಗೊಳಿಸಿ ಶೌಚಾಲಯದಲ್ಲಿ ಕಸಕಡ್ಡಿ, ದುರ್ವಾಸನೆ ಇರದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಗಿಡಗಂಟೆ, ಹುಲ್ಲು ಬೆಳೆದ ಆಟದ ಮೈದಾನದಲ್ಲಿ ಕಲ್ಲು, ಮುಳ್ಳುಗಳಿರದಂತೆ ಶುಚಿಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.



ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಮಕ್ಕಳು ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ, ಬರುವ ದಿನ ಕೇವಲ ಆರು ದಿನ ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಅವರಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಸೌಲಭ್ಯ ಕಲ್ಪಿಸಬೇಕು. ಅಂದರೆ ಶಾಲಾ ಕೊಠಡಿ ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿರಬೇಕು. ಗಾಳಿ, ಬೆಳಕಿನ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಕಾಪಾಡುವುದು, ಸೋರುವಂತಿದ್ದರೆ, ಗಮನಹರಿಸುವುದು, ಶಿಥಿಲಾವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿದ್ದರೆ, ಗಮನಿಸುತ್ತಾ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಯವರಿಗೆ ಮುಖ್ಯೋಪಾಧ್ಯಾಯರ ಮೂಲಕ ಇಲಾಖೆಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವರದಿ ಮಾಡುವುದು ಹಾಗೂ ಅಂತಹ ಅನಿವಾರ್ಯವಿದ್ದಾಗ ಬೇರೆ ತರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಕುಳಿತುಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮೇಲ್ಛಾವಣಿ ಕುಸಿಯುತ್ತಿರುವ ಸಂದರ್ಭ ಗಮನಿಸುತ್ತ ಹೆಚ್ಚು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲತೆಯಿಂದ ಶಿಕ್ಷಕರು ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಸಕಾಲಕ್ಕೆ ಸಜ್ಜುಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂದು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ನಾಗರೀಕರಿಗೆ, ಶಿಕ್ಷಕರಿಗೆ, ಶಾಲಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮಂಡಳಿಗೆ, ಮುಂತಾದವರಿಗೆ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಶಿಕ್ಷಕ ವರ್ಗದವರಿಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಶಾಲೆ ಆರಂಭವಾದಾಗ ತರಾತುರಿಯಲ್ಲಿ ಬರದೆ ಪಾಠ ಪ್ರವಚನ ಬೋಧಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಪೂರ್ವ ಸಿದ್ಧತೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಬರಬೇಕೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಶಿಕ್ಷಕರ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೫: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕೂಡ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಿತದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಸರ್ಕಾರವು ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆ ಮುಖಾಂತರ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಉಂಟು ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ. ಪೋಷಕರ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಕುರಿತು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕವಾಗಿ ಅವರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತು ಅವಶ್ಯವೆನಿಸಿದೆ. ಪೋಷಕರು ಬಹು ಮುಖ್ಯ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಇಂದಿನ ದಿನಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ಅವರು ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳ ಶಿಕ್ಷಣ ಕುರಿತು



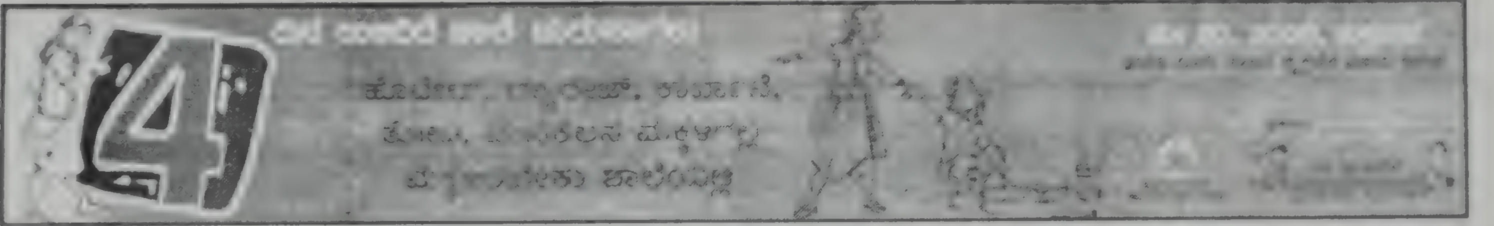
ಚಿಂತಿಸುವ ಅವರಿಗೆ ಬೇಕಾದ ಪಠ್ಯಪುಸ್ತಕ, ಸಮವಸ್ತ್ರ, ಪುಸ್ತಕ, ಪೆನ್ಸಿಲ್, ಸ್ಲೇಟು, ಬಳಪ, ಇತ್ಯಾದಿ ಲಭ್ಯವಾಗದಿದ್ದ ಪಕ್ಷದಲ್ಲಿ ಅಂತಹವುಗಳನ್ನು ಸಕಾಲಕ್ಕೆ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳ ಕಲಿಕೆಗಾಗಿ ತಾವು ಜಾಗೃತರಾಗಬೇಕೆಂಬ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ನೀಡುತ್ತಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ವಯೋವೃದ್ಧರೊಬ್ಬ ತಮ್ಮ ಮೊಮ್ಮಗಳ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕಾಗಿ ಹಂಬಲಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಹಾಗೂ ತನ್ನ ಹೆಗಲ ಮೇಲೆ ಕುಳ್ಳಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಶಾಲೆಯತ್ತ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವುದು ಬಹಶಃ ತನ್ನ ಮೊಮ್ಮಗಳು ತನಗಿಂತಲೂ ಎತ್ತರದ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಪಡೆಯಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆಯಲಿ ಎಂಬ ಹಸನ್ಮುಖತೆಯಿಂದ ದಣಿವು ಆಯಾಸವಾಗದೇ ಹೊತ್ತು ನಿಂತ ಅವರ ಉತ್ಸಾಹ ಎಲ್ಲರನ್ನು ನಾಚಿಸುವಂತಾಗಿದೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದ ಶೈಲಿಯ ಉಡುಪು ತಲೆಗೆ ಸುತ್ತಿದ ಪೇಠವು ಹಿನ್ನೆಲೆಯಾಗಿರುವ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶ, ಗಿಡಮರಗಳಿಂದ ಆವೃತಗೊಂಡ ಕೆಂಪು ಹೆಂಚಿನ ಮನೆಗಳು, ಈ ರೀತಿಯಾದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಪೋಷಕನ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನೆನಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಹಾಯಕವಾಗಿದೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸ್ಲೇಟು, ಬಳಪ, ಪುಸ್ತಕ, ಪೆನ್ಸಿಲ್, ಶಾಲೆ ಚೀಲ, ಸಮವಸ್ತ್ರ, ಸಿದ್ದಮಾಡಿಕೊಡುವ ಸಂದೇಶವು ಪೋಷಕರ ಪಾತ್ರ ಎಂತಹದೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಅದರಂತೆಯೇ ನಿಗದಿತ ದಿನಾಂಕಕ್ಕೆ ಶುರುವಾಗುವ ಶಾಲೆ ಇನ್ನು ಕೇವಲ ಕೆಲವೇ ದಿನಗಳು ಉಳಿದಿವೆ ಎಂದು ಶಾಲೆಗೆ ಹೊರಟಿರುವ ಬಾಲಕಿಯ ಉತ್ಸಾಹ ಇಡೀ ರಾಜ್ಯದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಮಾದರಿಯಾಗಿದೆ. ಹೀಗೆ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ಕೊಡಿಸುವಲ್ಲಿ, ಪೋಷಕರ ಪಾತ್ರ ಹಿರಿದು. ಸದಾ ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳ ಪಠ್ಯ-ಪಠ್ಯೇತರ ವಿಷಯದ ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಗತಿ ಬಗ್ಗೆ ವಿಚಾರಿಸುವುದು, ಹಾಜರಾತಿ

ಪರೀಕ್ಷಿಸುವುದು, ಗೈರುಹಾಜರಿಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವುದು, ಶಾಲೆಗೆ ಬೇಕಾದ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಿ ಯಥಾಸ್ಥಿತಿಗೆ ತರುವುದು ಮತ್ತು ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸುವುದು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗಾಗಿ ಪೋಷಕರ ಪಾತ್ರದ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ಇದೇ ರೀತಿ ಶಾಲೆಗೆ ಆರಂಭದ ಮೊದಲು ರಜಾದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ರಜೆ ಮುಗಿದ ನಂತರ ಅವರ ಪಾತ್ರವೇನೆಂದು ತಿಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಫಲವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದ ಪೋಷಕರಲ್ಲಿ ಶಾಲೆ ಪ್ರಾರಂಭದ ದಿನ ಹಾಗೂ ಶಿಕ್ಷಣದ ಮಹತ್ವ ಕುರಿತು ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೬: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ನೀಡುವ ಸಂದೇಶವೇನೆಂದರೆ, ಶಾಲೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವುದು ನಾಲ್ಕು ದಿನ ಮಾತ್ರ ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿದೆ, ಆದರೆ ಮಕ್ಕಳು ಇನ್ನು ತಮ್ಮ ದುಡಿಮೆಗಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸಿರುವ ಕೆಲಸಗಳಾದ ಹೋಟೆಲ್, ಗ್ಯಾರೇಜ್, ಕಾರ್ಖಾನೆ, ತೋಟಗಳಲ್ಲಿ ಮನೆಕೆಲಸಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಲ ಕಳೆಯುವುದು ಬಿಟ್ಟು ಶಾಲೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ತಕ್ಷಣವೇ ಶಾಲೆಯ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಬೇಕು.



ದುಡಿಮೆಯನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ ಹೋಟೆಲ್, ಗ್ಯಾರೇಜ್, ಕಾರ್ಖಾನೆ, ತೋಟ, ಮನೆಕೆಲಸ ಮಕ್ಕಳಿಗಲ್ಲ, ಮಕ್ಕಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕು, ಅವರ ದುಡಿಮೆ ನಿಲ್ಲಲಿ ಎಂದು ಮಕ್ಕಳೇ ಶಾಲೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ತಕ್ಷಣ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿರಬೇಕು, ಅವರ ಕರ್ತವ್ಯದ ಕರೆಯಿಂದ ಶಾಲೆಯೊಳಗೆ ಕಲಿಕೆ ಸಜ್ಜುಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿನ ಸಂದೇಶವು ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಬಾಲಕಿಯೊಬ್ಬಳು ಶಾಲೆಗೆ ಕೈಹಿಡಿದು ಎಳೆದೊಯ್ಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವುದು. ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಬಾಲಕಿ ಇನ್ನೊಬ್ಬರ ಮನೆಯ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ನಿರತಳಾಗಿದ್ದನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಸುತ್ತಾ ಮಕ್ಕಳು ಶಾಲೆಗೆ ಹೋಗುವ ಸಿದ್ಧತೆ ಹೀಗೆ ಇರಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಇಂದು ಮಹಿಳಾ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯ ಸಿಗಬೇಕೆಂದು ಲಿಂಗ ತಾರತಮ್ಯವಿಲ್ಲದೇ ಸಮಾನ ಶಿಕ್ಷಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಕಲ್ಪಿಸಬೇಕೆಂದು ಹಾಗೂ ಹೆಣ್ಣು ಬಾಳಿನ ಕಣ್ಣು ಎಂದು ತಿಳಿದು, ಹೆಣ್ಣೊಂದು ಕಲಿತರೆ ಶಾಲೆಯೊಂದು ತೆರೆದಂತೆ ಸರಿ. ಆದರೆ ಹೆಣ್ಣು ಮಗುವನ್ನು ಭ್ರೂಣ ಹತ್ಯೆ ಮಾಡುವ ಅನಿಷ್ಠ ಪದ್ಧತಿಯೂ ಕೆಲವೆಡೆ ಗೋಚರಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಇಂತಹ ಹೀನಕೃತ್ಯಕ್ಕೆ ಕಡಿವಾಣ ಹಾಕಬೇಕೆಂದು ದುಡಿಮೆಗೆ ಅನೇಕ ಹೋಟೆಲ್, ಗ್ಯಾರೇಜ್, ಕಾರ್ಖಾನೆ, ತೋಟ, ಹೊಲಗದ್ದೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ಪದ್ಧತಿ ನಿರ್ಮೂಲನೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಅವರು ಕಲಿಯುವ ವಯಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಕಲಿಯಲೇಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಅರಿವುಂಟು ಮಾಡುವುದರ

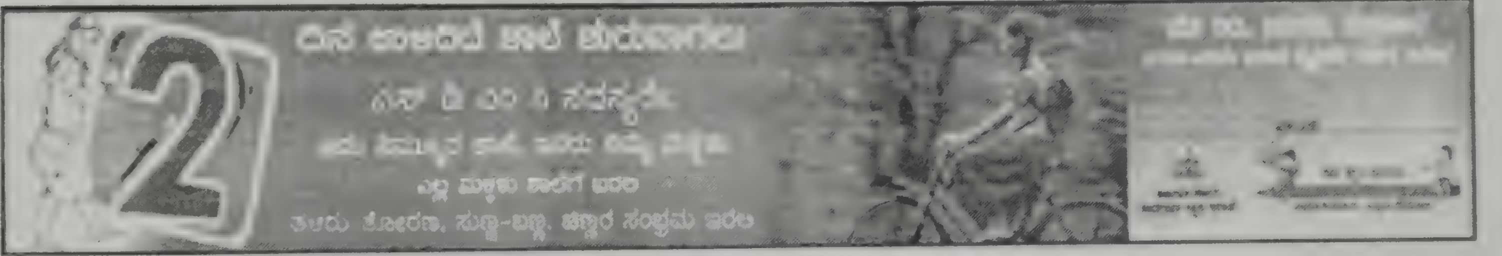
ಜೊತೆಗೆ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ವಿರೋಧ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಸಾಕ್ಷರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಾಯದ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಿರುವಂತೆ ಶಿಕ್ಷಣ ಎಂದರೆ, ಕೇವಲ ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನವಲ್ಲ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಲು ಬೇಕಾದ ಅರಿವು ತಿಳುವಳಿಕೆ, ಶಕ್ತಿ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಸಂಘಟನೆ, ಇವುಗಳೆಲ್ಲ ಜ್ಞಾನವೇ ಶಿಕ್ಷಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಡಲು ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ನೆರವಾಗುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೭: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ನೀಡಿದ ಸಂದೇಶವಾಗಿದೆ, ಮಕ್ಕಳೇ ನಿಮ್ಮ ಕರ್ತವ್ಯ ಮರೆಯದಿರಿ, ಶಾಲೆ ಶುರುವಾಗಲು ಮೂರು ದಿನ ಉಳಿದಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಸಮರೋಪಾದಿಯಲ್ಲಿ ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿ ಆಗಬೇಕು. ಶಾಲೆಗೆ ಹೋಗಲು ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಹೊಸ ಪಠ್ಯಪುಸ್ತಕಗಳು, ಹೊಳಪಾಗಿರುವ ಪೆನ್ಸಿಲ್, ಬಣ್ಣದ ಶಾಲಾ ಚೀಲ, ಹೊಸ–ಹೊಸ ಗರಿಗರಿ ಸಮವಸ್ತ್ರ, ಬಿಸಿಯೂಟ, ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಬೇಕಾಗಿದ್ದು, ಅವೆಲ್ಲವನ್ನು ಸಕಾಲಕ್ಕೆ ನೀವು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಬೇಕೆಂದು ಸಂದೇಶ ನೀಡುವಲ್ಲಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಫಲವಾಗಿದೆ.



ಅದರೊಂದಿಗೆ ಶಾಲೆಯ ವಸ್ತ್ರಧರಿಸಿ, ಕಡಲ ತೀರದಿಂದ ಶಾಲೆಯ ಅಂಗಳಕ್ಕೆ ಜಿಗಿಯುವ ಅವರ ಹರುಷ, ಉತ್ಸಾಹ, ಜೀವನದ ನಲಿವು, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಜೀವನ ಬಂಗಾರದ ಜೀವನ ಎಂದು ನೆನಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹಿನ್ನೆಲೆಯಾಗಿರುವ ಸಮುದ್ರದ ಭೋರ್ಗರೆತ ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರವು ಒಂದು ದೊಡ್ಡ ಸಮುದ್ರವಿದ್ದಂತೆ ಅದರಲ್ಲಿನ ಚಲನಶೀಲ ಅಲೆಗಳು ಸದಾ ವೇಗವಾಗಿ ಬಂದು ದಂಡೆಗಳತ್ತ ಅಪ್ಪಳಿಸುವಂತೆ ಲವಲವಿಕೆಯಿಂದ ಕೂಡಿದ ಮಕ್ಕಳು ಚಟುವಟಿಕೆಯಿಂದ, ಕ್ರಿಯಾಶೀಲ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವದಿಂದ ತಮ್ಮ ಕರ್ತವ್ಯವನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸಾರಂಶವಾಗಿದೆ. ಹೊಸ ಪುಸ್ತಕ, ಪೆನ್ಸಿಲ್, ಗರಿಗರಿ ಸಮವಸ್ತ್ರ, ಬಣ್ಣ ಬಣ್ಣದ ಚೀಲ ಧರಿಸಿ, ಪಾಠದ ಜೊತೆಗೆ ಬಿಸಿಯೂಟ ಮಾಡಿ ಆನಂದ ಅನುಭವಿಸುವ ಶಿಕ್ಷಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅವರ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವಕ್ಕೆ ಕನ್ನಡಿ ಹಿಡಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಚಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಅಲೆಗಳು ದಡವನ್ನು ತಲುಪುವಂತೆ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಕೂಡ ಶಿಕ್ಷಣದ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪರಿಪೂರ್ಣತೆ ಪಡೆದು ದಡ ಸೇರಿ ಉತ್ತಮ ಜೀವನ ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎಲ್ಲರೂ ನೆರವಾಗಬೇಕೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಜ್ಞಾನ ಸಮುದ್ರದ ಆಳ ತಲುಪಬೇಕು ಹಾಗೂ ಅದರ ಅಂತರಂಗ ಪ್ರವೇಶಿಸಿ ಈಜಿ ದಡ ಸೇರಬೇಕು. ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಪರಿಪೂರ್ಣತೆ ಸಾಧಿಸಬೇಕೆಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಅಣಿ ಮಾಡಿಸಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ.

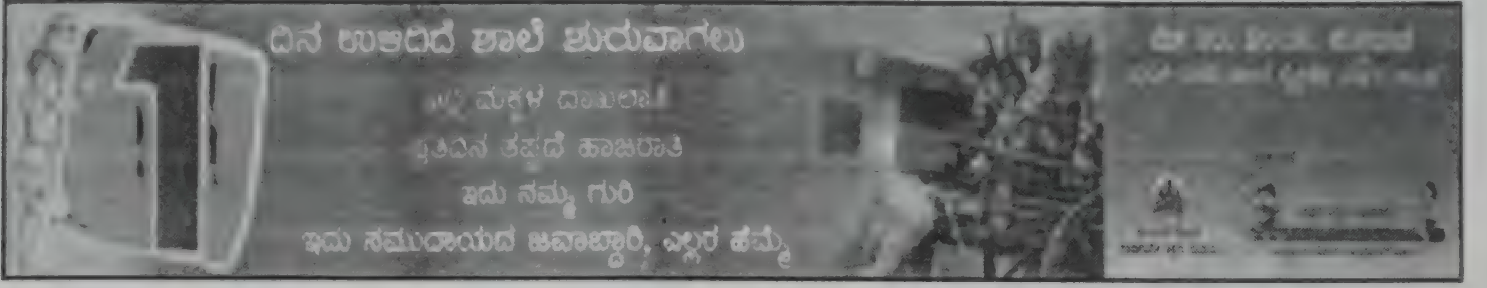
ಚಿತ್ರ ೮: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಬಾಲಕಿಯೊಬ್ಬಳು ದೂರದ ತನ್ನೂರಿನಿಂದ ಶಾಲೆಗೆ ಬರಲು ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಸರ್ಕಾರ ನೀಡಿದ ಸೈಕಲ್ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅವಳ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ಹರ್ಷ, ಲವಲವಿಕೆ, ಶಾಲೆಗೆ ಹೋಗಲು ಕಾತುರತೆ, ಶಾಲೆಯ ಸಮವಸ್ತ್ರ ಧರಿಸುವ ಶಿಸ್ತು, ನಿಧಾನ ಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸೈಕಲ್ ನಡೆಸುವ ಜಾಣ್ಮೆ, ದಣಿವು, ಆಯಾಸವಿಲ್ಲದೇ ಶಾಲೆ ತಲುಪುವ ಅವಳ ಪ್ರಯತ್ನ ಎಲ್ಲಾ ಮಕ್ಕಳಲ್ಲೂ ಈ ರೀತಿಯ ಉತ್ಸಾಹ-ಹರುಷಗೊಂಡು ನಿತ್ಯವೂ ಶಾಲೆಗೆ ಹೋಗಬೇಕೆಂಬ ಸಮವಸ್ತ್ರ, ಶಿಸ್ತು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಪಾಲಿಸಬೇಕೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂದೇಶವನ್ನು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಲೋಕಕ್ಕೆ ತಿಳಿಸಿಕೊಡುತ್ತಾ ಇದರೊಟ್ಟಿಗೆ ಮತ್ತೊಂದು ಸಂದೇಶವೇನೆಂದರೆ, ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಅಂದರೆ ಶಾಲಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಹಾಗೂ ನಿರ್ವಹಣೆ ಸಮಿತಿಯವರು ಸ್ಥಳೀಯ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡ ಸಾಮೂಹಿಕ ನಾಯಕತ್ವದೊಂದಿಗೆ ಆಯಾ ಗ್ರಾಮಗಳಲ್ಲಿ ವಸ್ತುವಾರಿ, ಸಲಹೆ, ನಿರ್ವಹಣೆ ಕುರಿತಾಗಿ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೊತ್ತ ಇಂತಹ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ತಜ್ಞರು, ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯ್ತಿ, ತಾಲ್ಲೂಕು ಪಂಚಾಯ್ತಿ, ಜಿಲ್ಲಾ ಪಂಚಾಯ್ತಿ, ಮೊದಲಾದ ಸದಸ್ಯರು ಈ ಮಂಡಳಿಯಲ್ಲಿದ್ದು, ಅವರು ಸ್ಥಳೀಯ ಎಲ್ಲಾ ಮಕ್ಕಳು ಶಾಲೆಗೆ ಹಾಜರಿ ಆಗುವುದನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಬೇಕು ಹಾಗೂ ಅಂತಹ ಅಗತ್ಯ ಬಿದ್ದಲ್ಲಿ ಆಗಾಗ ತಕ್ಷಣ ಸಭೆ ಸೇರಿ ಹಾಜರಾತಿ ಉತ್ತಮ ಪಡಿಸಲು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ನೀಡಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ.



ಅದರಂತೆಯೇ ಸದರಿ ಶಾಲೆಗಳನ್ನು ಆಯಾ ಗ್ರಾಮದ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸದಸ್ಯರು ಶಾಲೆಯ ಪ್ರಾರಂಭದ ದಿನದಂದ್ದು ಶಾಲೆಗೆ ತಳಿರು ತೋರಣ ಕಟ್ಟಿ, ಸುಣ್ಣ ಬಣ್ಣ ಬಳಿಸಿ ಚಿಣ್ಣರ ಸಂಭ್ರಮಕ್ಕೆ ಸಂತೋಷಕ್ಕೆ ಪಾರವೇ ಇಲ್ಲದಂತೆ ಮಾಡಬೇಕು, ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಶಾಲೆಗಳು ಹೊಸ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವರ್ಷ ಆರಂಭಕ್ಕೆ ಮೊದಲು ಅಥವಾ ಶಾಲೆ ಶುರುವಾಗುವ ಮೊದಲು ಸುಣ್ಣ ಬಣ್ಣ ತಳಿರು ತೋರಣಗಳಿಂದ ಅಲಂಕಾರಗೊಳಿಸಿ ಹಬ್ಬದ ವಾತಾವರಣ ನಲಿವಿನ ವಾತಾವರಣ ಉಂಟು ಮಾಡಿ ಮಕ್ಕಳು ಸಂಭ್ರಮದಿಂದ ಕಲಿಯುವಂತೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಸರ್ಕಾರವು ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವ ಅವರ ಕರ್ತವ್ಯವನ್ನು ಮತ್ತೆ ಮತ್ತೆ ಎಚ್ಚರಿಸಿ ಆಯಾ ಶಾಲೆಯ ಹಾಜರಾತಿ ಪೋಷಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಮೊದಲಾದ ಕೆಲಸಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಗೆಯೇ ಪ್ರಮುಖ ಕರ್ತವ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ನಿರತರಾಗಿರಿ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಅದರಲ್ಲೂ ಮಹಿಳಾ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಡುವುದನ್ನು ಸೂಚ್ಯವಾಗಿ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೯: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಶಾಲೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸಬಲ್ಲ ಹಲವಾರು ಸಂಘ

-ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಯುವಕ-ಯುವತಿ ಮಂಡಲಿಗಳ ಹಾಗೂ ಸಮುದಾಯದ ಆಯಾ ಸಮಾಜದ ಮುಖಂಡರು ಎಲ್ಲಾ ಸದಸ್ಯರು ಸೇರಿ ತಮ್ಮ ಶಾಲೆಯ ಮಕ್ಕಳ ದಾಖಲಾತಿ, ಹಾಜರಾತಿ ಬಗ್ಗೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ವಹಿಸಬೇಕಾದ ಹಾಗೂ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಿಂದ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಸಮುದಾಯದ ಉನ್ನತಿ ಸಾಧಿಸುವಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಬಹಳ ಅವಶ್ಯವೆಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದೆ.



ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ದೂರದ ಶಾಲೆಗೆ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಕರೆದೊಯ್ಯಲು ಆಯಾ ಕುಟುಂಬದ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ಹಾಗೂ ಆಯಾ ಗ್ರಾಮಗಳ ಸಮುದಾಯ, ಸಮುದಾಯದ ಮುಖಂಡರು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಕಾಳಜಿ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಆ ಗ್ರಾಮದ ಶಾಲೆಯ ಉನ್ನತ ಕಲಿಕೆಯ, ಉನ್ನತ ಹಾಜರಾತಿ, ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕಾಗಿ ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ಪ್ರಯತ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ಶಾಲೆಯ ಆರಂಭದ ದಿನವನ್ನು ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ದೂರದ ಮನೆಯಿಂದ ಶಾಲೆಗೆ ಕರೆದೊಯ್ಯಲು ರೈತನೊಬ್ಬ ತನ್ನ ಚಕ್ಕಡಿ (ಗಾಡಿ)ಯನ್ನು ಹೊಡೆದುಕೊಂಡು ಅದರಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಮಕ್ಕಳ ಹಾಗೂ ತನ್ನ ಮಕ್ಕಳ ಸ್ನೇಹಿತರನ್ನು ಶಾಲೆಗೆ ಕರೆದೊಯ್ಯುವ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಕಾಣಬಹುದು. ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳು ಮುಂದೆ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಾಗಿ ಬದುಕುವಂತಹ ಶಿಕ್ಷಣ ಲಭಿಸಲಿ ಎಂಬ ಪ್ರಯತ್ನವಿದೆ. ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಮಕ್ಕಳು ಪ್ರತಿನಿತ್ಯ ತಪ್ಪದೇ ಹಾಜರಾಗಲು ಅವರಿಗೆ ಸಾರಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಓಡಾಟಕ್ಕೆ ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಿಕೊಡುವುದು ಗೈರು ಹಾಜರಿಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವುದು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಪ್ರಜ್ಞಾವಂತ ಸಮುದಾಯದ ನಾಯಕನ ಹಾಗೂ ಸದಸ್ಯನ ಕರ್ತವ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಇಂತಹ ಕರ್ತವ್ಯಕ್ಕೆ ಎಲ್ಲರೂ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಯತ್ನಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನು ನಾವು ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ಕೊಡಲು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಯ ಹಾಜರಾತಿ ಪ್ರಮಾಣ ಕಡಿಮೆಯಾಗದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಕಳಕಳಿ ನಮ್ಮದಾಗಬೇಕು. ಶಾಲೆ ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ, ಮಕ್ಕಳು ಶಾಲೆಗಾಗಿ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಅವರನ್ನು ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳದೇ ಶಾಲೆಯ ಬಿಡುವಿನ ವೇಳೆ ಹೊರತಾಗಿ ಬೇರೆ ಕಲಿಕೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅವರ ಮನೆಗೆಲಸ, ಜಮೀನಿನ ಕೆಲಸ ಇನ್ನಿತರೇ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಶಾಲೆ ಬಿಡಿಸದೇ ಪ್ರತಿನಿತ್ಯ ಸಮುದಾಯದವರು ಚಕ್ಕಡಿಯಲ್ಲಿ ಸೈಕಲ್ ಅಥವಾ ಯಾವುದಾದರೂ ವಾಹನದ ಮೂಲಕ ಶಾಲೆಗೆ ಕರೆತರುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಇದೆ ಎಂದು ಮತ್ತು ಸಮುದಾಯ ಪೋಷಕರು ಎಚ್ಚೆತ್ತುಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಸಿಕೊಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೦: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಶಾಲೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತಿರುವ ದೃಶ್ಯವನ್ನು ಹಾಗೂ ಮಕ್ಕಳು ನಲಿದಾಡುತ್ತಾ ಶಾಲೆಗೆ ಬರುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ರಜೆ ಕಳೆದು ಬಂದ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ವಿಶೇಷ ಸ್ವಾಗತ ಬಯಸುತ್ತಿರುವುದು ಅವರು ಶಾಲೆಗೆ ಬಂದ ತಕ್ಷಣ ಹೊಸನೋಟ, ಹಬ್ಬದ ಸಂಭ್ರಮ ಇನ್ನಷ್ಟು ಖುಷಿಪಡುವಂತಹ ವಾತಾವರಣ ಅವರ ಕಲಿಕೆಗೆ ಮೈನವಿರೇಳುವಂತಹ ಕುಣಿದು ಕುಪ್ಪಳಿಸುವ ರಂಗು-ರಂಗಾದ ಸುಣ್ಣಗಳಿಂದ ಅಲಂಕೃತಗೊಂಡಿರುವುದು ಹಾಗೂ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸದಸ್ಯರು ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಕರೆಲ್ಲರೂ ಸೇರಿ ಈ ರೀತಿಯ ಸಂಭ್ರಮದ ವಾತಾವರಣ ಮೂಡಿಸಬೇಕೆಂದು ಇಲಾಖೆ/ಸರ್ಕಾರ ನೀಡಿರುವ ಆದೇಶಾನ್ವಯ ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸುಣ್ಣಬಣ್ಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಹಬ್ಬದ ವಾತಾವರಣ ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿ ಅವರನ್ನು ಸ್ವಾಗತಿಸುವುದು ಶಿಕ್ಷಕರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೂ ಆಗಬೇಕೆಂದು ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಶಿಕ್ಷಕರಿಗೆ ಅವರ ಕರ್ತವ್ಯ ಪ್ರಜ್ಞೆಗೆ ನೆನಪು ಮಾಡಿ ಕೊಡುವುದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.



ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮಕ್ಕಳು ಶಾಲೆಯ ಒಳಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸಿದಾಗ ಅವರ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ನಗೆಯೇನು? ಹರ್ಷ ಕೇಕೆ ಉದ್ಗಾರಗಳೇನು ಅವರು ರಜೆ ಪಡೆದಾಗ ಶಾಲೆ ನೆನಪೂ ಮಾಸಿ ಹೋಗಿದ್ದು ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ ಬಂದಾಗ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಹಿಗ್ಗೋ ಹಿಗ್ಗು. ಗಂಡು-ಹೆಣ್ಣೆನ್ನದೆ ಮೇಲು-ಕೀಳೆನ್ನದೆ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಸಂಭ್ರಮಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಿದ ಬಣ್ಣದ ರಂಗೋಲಿ ಸಂತಸವನ್ನು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಈ ರೀತಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಶಾಲೆಗಳು ಪಟ್ಟಣದ ಶಾಲೆಗಳ ಖಾಸಗಿ ಶಾಲೆಗಳು, ಸರ್ಕಾರಿ ಶಾಲೆಗಳು, ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳ ಶಾಲೆ, ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಶಾಲೆ ಎಂಬ ಬೇಧ ಭಾವವಿಲ್ಲದೇ ಎಲ್ಲಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳ ಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಭವ್ಯ ಸ್ವಾಗತ ಬಯಸಿ ಶಾಲೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಸೂಚಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೧: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರ ಹಾಗೂ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಕ್ಕೆ ಹಲವಾರು ಆರ್ಥಿಕ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಿ ಅವರ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸಕ್ಕೆ ನೆರವಾಗುವುದು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಅಂದರೆ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯ ಸಹಕಾರದೊಂದಿಗೆ ರಾಜ್ಯ ಮಹಿಳಾ ಕಲ್ಯಾಣಾರ್ಥವಾಗಿ ಮಹಿಳಾ ಆಯೋಗವು ಮತ್ತು ಮಹಿಳಾ ಮಕ್ಕಳ ಕಲ್ಯಾಣ ಇಲಾಖೆಯು ಮಹಿಳಾ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸಕ್ಕೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು ನೀಡಲು ಈ ರೀತಿಯಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯ ಒದಗಿಸಲು ಕೆಲವೊಂದು ಯೋಜನೆಗಳ ಅಗತ್ಯವಿರುವುದನ್ನು ಮನಗಂಡು ಮಹಿಳಾ ಕಾನೂನು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿಯರಿಗೆ ಕಾನೂನು ಪದವೀಧರರಿಗೆ ಅವರು ವ್ಯಾಸಂಗ ಮಾಡುವ ಹಾಗೂ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ೪ ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ಪ್ರತೀ ತಿಂಗಳು ಒಂದು ಸಾವಿರ ರೂಪಾಯಿ ಹಣವನ್ನು

ನೀಡುವುದು. ಆ ಮೂಲಕ ಲಿಂಗ ಸಮಾನತೆಗಾಗಿ ಮಹಿಳಾ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಬಲೀಕರಣಕ್ಕೆ ಈ ಇಲಾಖೆಗಳು ಮಹತ್ವ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದು ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೇ ಅವರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡಲು ಹಣದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಈ ಇಲಾಖೆಗಳೇ ನಿರ್ವಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಹಾಗೂ ನೊಂದಣಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ವೃತ್ತಿ ಆರಂಭಿಸುವಲ್ಲಿ ಇವರ ವೃತ್ತಿಗೆ ಸಹಾಯಕವಾಗುವ ಬಹು ಉಪಯುಕ್ತ ಗ್ರಂಥಗಳು ಕಾನೂನು ಬಲಪಡಿಸಲು ಬೇಕಬೇಕು ಅಂತಹ ಕಾನೂನು ಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ನೀಡುವುದು. ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಕ್ಕೆ ಈ ರೀತಿಯ ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು ನೀಡಿ ಅವರನ್ನು ಸಮಾಜದ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಗೆ ತರುವ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮನಗಾಣಬಹುದು.

ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಮಹಿಳಾ ಪದವೀಧರೆ ಅದೂ ಕಾನೂನು ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಪಾಂಡಿತ್ಯ ಪಡೆದಿರುವುದನ್ನು ಅವಳ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ಮಂದಹಾಸವು ಆರ್ಥಿಕ ಸಹಾಯ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದಿಂದ

ನೀಡುವ ಉದಾರ ನೆರವು ಅವಳಲ್ಲಿ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾನೂನು ಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಗೆ ಕಾನೂನಿನ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು, ಕಾನೂನು ಬಗ್ಗೆ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಲು ಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳಲು ತರಬೇತಿ ಪಡೆಯಲು, ತರಬೇತಿಗೆ ನೋಂದಣಿ ಆಗಲು ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಅವಳನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಮಹಿಳೆ ಸಮಾಜದ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಸೇರಬೇಕು. ಕಲಿಯುವ ಅವಕಾಶದಿಂದ ವಂಚಿತಳಾಗಬಾರದು, ಇಂದಿನ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಕಾನೂನು ತಿಳುವಳಿಕೆ ಅತಿ ಮುಖ್ಯ. ಅಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನ ಎಲ್ಲರೂ ಮಾಡಿ ಈ ಯೋಜನೆ ಸಫಲಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಅವಳಿಗೆ ಇನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ನೀಡುವುದು, ಕಾನೂನು ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವುದು ಇವೇ ಮೊದಲಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಚಾರಪಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೨: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಕೂಡ (Good Shephered finishing school) ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ವಿಶೇಷ ಶಿಕ್ಷಣ ಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಗುರ್ತಿಸುವುದನ್ನು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ವಿಶೇಷ ಶಿಕ್ಷಣದ ಅಂಶಗಳೇನೆಂದರೆ, ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ವಿಶೇಷ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಸುಸಜ್ಜಿತ ಗ್ರಂಥಾಲಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ, ಗುಂಪು ಚರ್ಚೆ, ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೂ ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಿದೆ. ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ವೀಣೆ ನುಡಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಸಂಗೀತ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ತರಬೇತಿ



ನೀಡುವುದನ್ನು ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕರಾಟೆ ಕೂಡ ಇಂದಿನ ದಿನಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ಕಲಿಯಲೇಬೇಕಾದ ಆತ್ಮರಕ್ಷಣೆ ವಿದ್ಯೆಯಾಗಿದೆ. ಕರಾಟೆಯಿಂದ ಅಂತರ-ರಾಜ್ಯ, ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಖ್ಯಾತಿಗಳಿಸುವಂತೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಿದೆ. ಮಹಿಳೆಯರ ಮತ್ತೊಂದು ಅಚ್ಚುಮೆಚ್ಚಿನ ಕ್ಷೇತ್ರ ಶೃಂಗಾರ, ಅಂದರೆ, ಬ್ಯೂಟಿ ಪಾರ್ಲರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಕೌಶಲ್ಯದಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ಹಣದುಡಿಯುತ್ತಿರುವುದು ಇಂದಿನ ದಿನಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೆವೆ. ಅದರೊಂದಿಗೆ ಪೋಟೋಗ್ರಾಫಿ ಕೂಡ ಉತ್ತಮ ಹವ್ಯಾಸವಾಗಿದ್ದು, ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಅದರ ತರಬೇತಿ ನೀಡಿದಾಗ ಇನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಆರ್ಥಿಕಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತಾರೆ.

ಕ್ರೀಡೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷ ಆಸಕ್ತಿ ಮೂಡಿಸುವುದು ಹಾಕಿ, ಬ್ಯಾಟ್‌ಮಿಂಟನ್, ಜಿಮ್ಸ್, ಮೊದಲಾದ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಹಾಗೂ ಗುಂಪು ಕ್ರೀಡೆಗಳೂ, ಆರೋಗ್ಯ ಕಾಪಾಡುವ ಹಲವಾರು ಪಾರಿತೋಷಕ ಪಡೆವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಪಾಠದಷ್ಟೇ ಮಹತ್ವ ಕ್ರೀಡೆಗೆ ಇರುವುದನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಸಾಹಸ ಶಿಬಿರಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಟ್ರಕ್ಕಿಂಗ್ ಕ್ಯಾಂಪ್ ಆರ್ಮಿ ಅಟಾಚ್‌ಮೆಂಟ್ ಕ್ಯಾಂಪ್ ಮೊದಲಾಗಿ ಸಾಹಸದ ತರಬೇತಿ ಕುದುರೆ ಸವಾರಿಯಲ್ಲೂ ಕೌಶಲಗಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ, ಈಜಿನಲ್ಲಿ ನೈಪುಣ್ಯತೆ ಹೊಂದುವರು, ತೋಟಗಾರಿಕೆ ಮಾಡಿ ವಿವಿಧ ಹೂವಿನ ಸಸ್ಯ ಬೆಳೆಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ನರ್ಸ್‌ಗಳಾಗಿ ರೋಗಿಯ ಸೇವೆ ಮಾಡುವ, ರುಚಿಕಟ್ಟಾಗಿ ಹೊಸ ರುಚಿ ಪಾಕಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ ಉಣಬಡಿಸುವಂತಹ ಹಲವಾರು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಮೂಲಕ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುವ ಬಗ್ಗೆ ಹಾಗೂ ಮಹಿಳಾ ಸಬಲೀಕರಣ ಹೊಂದುವ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಜಯಶಾಲಿಗಳಾಗುತ್ತಾರೆಂದು ಶಿಕ್ಷಣದ ಕ್ರಮ ಮತ್ತು ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಳುತ್ತಾ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಶಿಕ್ಷಣದ ಮಹತ್ವ ಈ ಶಾಲೆ ಇತರ ಶಾಲೆಗಳಿಗಿಂತ ಹೇಗೆ ಭಿನ್ನ ಎಂದು ಇದು ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಹತ್ವದೊಂದಿಗೆ ಎಂದು ಇಂತಹ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಮಗಳು ವ್ಯಾಸಂಗ ಮಾಡಿದರೆ ಇಡೀ ಜಗತ್ತನ್ನೇ ಗೆಲ್ಲುವ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಮೂಡಿಸುತ್ತಾ ಸ್ತ್ರೀಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ಹಕ್ಕು ನೀಡಿ ಗೌರವಿಸುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಹುಟ್ಟು ಹಾಕಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೩: ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಆಫ್ ಬರೋಡದ ಪ್ರಕಟಣೆಯಾಗಿದ್ದು, ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಕಲಿಯಲು ಹಲವಾರು ಯೋಜನೆಗಳು, ಸಾಲ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತಿರುವ ಬಗ್ಗೆ ಆಕರ್ಷಣೆ

ಉಂಟು ಮಾಡಿ ಆ ಮೂಲಕ ಕಡಿಮೆ ಬಡ್ಡಿ (ಆಕರ್ಷಣೆಗೆ ಮಾಡಿ) ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣದವರೆಗೂ ಸಹಾಯ ಸಾಲ ಪಡೆಯುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ತಿಳಿಸಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿಯೂ ಕೂಡ ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆಯುವ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ ಸ್ವತಂತ್ರ ಬದುಕಿಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಶೇ೮.೫ ರಷ್ಟು ಕಡಿಮೆ ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ ಸಾಲ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಎಂದು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿರುವ ಮಹಿಳೆಯ ಮುಖದಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಸಾಧನೆಗೆ, ಅವಳ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯಕ್ಕೆ ಪಾರವೇ ಇಲ್ಲವೆಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ಅವಳ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದಿರುವ ಘಟಿಕೋತ್ಸವ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ಹಾಗೂ ಕೈಯಲ್ಲಿರುವ ವಿಜಯೋತ್ಸವದ ಸಂತೋಷವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತ ಪಡಿಸುತ್ತ ಅವಳು ಧರಿಸಿರುವ ಸಮವಸ್ತ್ರವು ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ ಪಡೆಯಲು ಸಂಸ್ಥೆಯಿಂದ ಅಂಗೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಸಮವಸ್ತ್ರವೆಂಬುದನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಮಹಿಳೆಯ ಉನ್ನತ ವ್ಯಾಸಂಗಕ್ಕೆ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಆಫ್ ಬರೂಡ ಸಹಾಯ ನೀಡುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಿಂದ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೪: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸಂಗೀತ, ಚಲನಚಿತ್ರ, ಕ್ರೀಡೆ, ಮುಂತಾದವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಆಸಕ್ತಿ

ಉಂಟುಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನೀವು ಕಾಣುವ ಕನಸನ್ನು ನನಸು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ವೇತನವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತಹ ಅವಕಾಶ ಲಭ್ಯವಾಗಿರುವುದನ್ನು (Access Atlantech) ನೀಡಿದ ಅನ್ವೇಷಣೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವುದು ಈ ಮೇಲ್ಕಂಡಂತೆ ಅನಿಮೇಷನ್ ಚಲನಚಿತ್ರ, ಸಂಗೀತ, ಕ್ರೀಡೆ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಧನೆಗಾಗಿ ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಹುಡುಕಾಟ, ಅನ್ವೇಷಣೆಯು ಅತ್ಯಂತ ಯಶಸ್ವಿ ಹುಡುಕಾಟವಾಗಿದ್ದು, ನಿಮ್ಮ ಅದೃಷ್ಟ ಪರೀಕ್ಷಿಸಿಕೊಂಡು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಅಭಿರುಚಿ, ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ವಿಕಸನ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದೆಂದು ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ತಿಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲಿ ಬಳಸಿರುವ ಚಲನಚಿತ್ರ ತಾರೆ ಕ್ರೀಡಾಪಟು, ಸಂಗೀತಗಾರರ ಭಾವಚಿತ್ರಗಳಂತೂ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸ್ಕಾಲರ್‌ಶಿಪ್ ಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಕಲಿಕೆಗೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ನೀಡುವಂತೆ ಮತ್ತೆಮತ್ತೆ ನಮ್ಮನ್ನು ತನ್ನತ್ತ ಸೆಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೫: ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಹಲವಾರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ತಲೆ ಎತ್ತಿರುವುದು ಶೋಚನೀಯ ಸಂಗತಿ ಇಲ್ಲಿನ ಬಡತನ, ನಿರುದ್ಯೋಗ, ಅನಕ್ಷರತೆ, ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಳ, ಭಯೋತ್ಪಾದನೆ ಹೀಗೆ ಜ್ವಲಂತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಪಟ್ಟಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಲೇ ಹೋಗುತ್ತದೆ.

ಜೂನ್
12



ವಿಶ್ವ ಬಾಲ ಕಾರ್ಮಿಕ ಪದ್ಧತಿ
ವಿರೋಧಿ ದಿನಾಚರಣೆ

ನಾಡಿನ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಗುವಿಗೂ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಶಿಕ್ಷಣ ದೊರೆಯುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಎಲ್ಲ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಬಾಲ ಕಾರ್ಮಿಕ ಪದ್ಧತಿ ನಿರ್ಮೂಲನೆಗೆ ನಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ : ಬಾಲ ಕಾರ್ಮಿಕ ಪದ್ಧತಿಗೆ ಪರಿಹಾರ





ಅಂತಹ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬಡತನವೂ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಮಿತಿಮೀರಿ ಬೆಳೆದಂತೆಲ್ಲಾ ಅವರಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ಆಹಾರ ಉತ್ಪಾದನೆಯಾಗಬೇಕು ಇಲ್ಲವಾದಲ್ಲಿ ಜನಸಂಪತ್ತಿಗೆ ಆಪತ್ತು ಎದುರಾಗುವುದು. ಇಂತಹ ಹಸಿವು ನಿರುದ್ಯೋಗ ಬಡತನಗಳು ಅನೇಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅನಿಷ್ಟಗಳಿಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಅಂತಹುಗಳಲ್ಲಿ ಬಿಕ್ಷಾಟನೆ, ವೇಶ್ಯಾವಾಟಿಕೆ, ಮಕ್ಕಳನ್ನು ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಇತ್ಯಾದಿ. ಹಲವು ಹತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ದಿನನಿತ್ಯ ಹುಟ್ಟುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಳಗೊಂಡ ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ನಮ್ಮ ಭೂಮಿಯ ವಿಸ್ತಾರವೇನೂ ದ್ವಿಗುಣವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ.

ಇದ್ದಷ್ಟೇ ಇರುತ್ತದೆ, ಆದರೆ ಆಹಾರ ಬೆಳೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವಾದಾಗ ಮಾತ್ರ ಸಾಮಾಜಿಕವಾದ ಸಮತೋಲನ ಉಂಟಾಗಿ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರು ಬದುಕುವಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲವಾದಲ್ಲಿ ಕೆಳವರ್ಗದ ಜನತೆ, ಮದ್ಯಮ ವರ್ಗದ ಜನತೆ ತಮ್ಮ ಕುಟುಂಬದ ಎಲ್ಲಾ ಸದಸ್ಯರೂ ಒಳಗೊಂಡು ದುಡಿಮೆಗೆ ನಿಲ್ಲಬೇಕು ಇಲ್ಲವಾದಲ್ಲಿ ಹೊಟ್ಟೆಗೆ ತಣ್ಣೀರು ಬಟ್ಟೆಯೇ ಗತಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಅನೇಕ ಬಡಕುಟುಂಬಗಳು, ನಿರ್ಗತಿಕ ಕುಟುಂಬಗಳು ಮಕ್ಕಳನ್ನು ದುಡಿಮೆಗೆ ಅವರನ್ನು ಬಲವಂತಿಕೆಯಿಂದ ತಳ್ಳುವ ಪ್ರಮಾದಗಳನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಇದನ್ನು ಇನ್ನು ನಾವು ವಿಸ್ತೃತವಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕೆಂದರೆ ಇಂದು ಹೋಟೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಮೀನುಗಳಲ್ಲಿನ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಜೀತಕ್ಕೆ ಇಡುವುದು ಹೀಗೆ ನಾನಾ ರೀತಿಯಿಂದ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಬಲವಂತಿಕೆಯಿಂದ ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೆವೆ.

ಮಕ್ಕಳ ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸದ ಹಕ್ಕನ್ನು ಮೊಟಕುಗೊಳಿಸಿ ಅದರ ದುಡಿಮೆಯಿಂದ ಜೀವನ ನಡೆಸುವ ಬಡತನ ನೀಗಿಸುವ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯನ್ನು ನಾವು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ನಾಡಿನ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಗುವಿಗೂ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆಯಲು ಹಕ್ಕು ಇದೆ, ಈ ರೀತಿ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆಯಲು ನಾವೆಲ್ಲಾ ಸೇರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕರನ್ನು ಆ ಕೆಲಸದಿಂದ ಮುಕ್ತಗೊಳಿಸಿ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಿ ಉತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ಪಡೆದು ಸಮಾಜದ ಸತ್‌ಪ್ರಜೆಯಾಗಿ ಬಾಳಲು ನೆರವಾಗಬೇಕು. ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ಇದೊಂದು ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಯಾಗಿದ್ದು, ಶಾಲೆಯಿಂದ ಕೂಲಿಗೆ ಹೋಗುವುದು ತಡೆದು ಕೂಲಿಯಿಂದ ಶಾಲೆಗೆ ಬರುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು ಬಾಲಕ ಕಾರ್ಮಿಕನಲ್ಲ ಎಂದು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಿ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಿ ಉತ್ತಮ ನಾಗರೀಕನನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಡದ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಕೂಲಿ ಕೆಲಸ ನಿರತವಾಗಿರುವ ಬಾಲಕಿಯರು ಜೀವನ ನಿರ್ವಹಣೆಗಾಗಿ ತಂದೆಯ ಕುಡಿತಕ್ಕೋ ತಾಯಿಯ ಅನಾರೋಗ್ಯಕ್ಕೋ, ಕುಟುಂಬದಲ್ಲಿ ಸ್ವಂತ ನೆಲೆ ಕಾಣದೆ ಅಲೆದಾಡುತ್ತಾ ಹೀಗೆ ದುಡಿಯಬೇಕಾಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಹಿಂಬದಿಯೂ ಕೆಲಸದ ನಿರ್ವಾಹಕ (ಮೇಸ್ತ್ರೀ) ಸಣ್ಣ ಮಕ್ಕಳೆಂದು ಮಮಕಾರ ತೋರದೆ ನಿಸ್ಪೃಹತೆಯಿಂದ (ನಿಷ್ಠುರವಾಗಿ) ದುಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು, ಒಟ್ಟಾರೆ ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನಿಷೇಧಿಸುವ ಕೆಂಪು ಬಣ್ಣದ ವೃತ್ತ ಮತ್ತು ಗುಣಾಂಕ ಚಿಹ್ನೆಯನ್ನು ಇಡೀ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ನಿಷೇದಗೊಳಿಸುವುದಕೋಸ್ಕರ ಈ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೬: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಮಾನ್ಯ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿ, ಶಿಕ್ಷಣ ಸಚಿವರು, ತಮ್ಮ ಸರ್ಕಾರದ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯ ಸಮಗ್ರ ನೋಟವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತಾ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪರಿಚಯ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಾ ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ನಡೆಯುವ ದ್ವೈಮಾಸಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಹಿಡಿದು ಇದೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ೬೯ ಸಾವಿರ ಶಾಲೆ ೧ ಕೋಟಿಗೂ

ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಕ್ಕಳು ನಮ್ಮ ಸಮಾಜದ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯಾಗಿ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಬಗ್ಗೆ ಅಭಿಮಾನದಿಂದ ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು, ಪೋಷ-ಕರಿಗೆ, ಪಾಲಕರಿಗೆ, ಹಾಗೂ ವಿವಿಧ ಜವಬ್ದಾರಿಯುಳ್ಳಂತಹ ಮುಖ್ಯೋಪಾಧ್ಯಾಯರು, ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸದಸ್ಯರು, ಶಿಕ್ಷಕರು, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಒಟ್ಟಾಗಿ ಕೂಡಿ ಯಾವ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು. ಅವರವರ ಕಾರ್ಯಗಳ ಪರಿಚಯವನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತಾ ಮುಖ್ಯ ಶಿಕ್ಷಕ ಶಾಲೆಯ ಕ್ಯಾಪ್ಟನ್ ಆಗಿ ಇಡೀ ಶಿಕಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವ, ಯೋಜನೆ ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಅಂತಿಮ ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡುವ ಶಾಲೆಯನ್ನು ಮುನ್ನಡೆಸುವ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ಉಳ್ಳವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಆತನ ನಾಯಕತ್ವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಇಡೀ ಶಿಕ್ಷಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ತಾಯಿಬೇರು.

ಶಿಕ್ಷಕರು ಕೂಡ ಸಹ ಕ್ಯಾಪ್ಟನ್ ಹಾಗೂ ತರಗತಿಯ ಕ್ಯಾಪ್ಟನ್ ಆಗಿದ್ದು, ಚಟುವಟಿಕೆ-ಗಳನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಮಗ್ನ-ರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಅದೇ ರೀತಿ ಪೋಷಕರು, ಮಕ್ಕಳ ಹಿತಚಿಂತಕರಾಗಿದ್ದು, ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಬೇಕಾದ ಶಿಕ್ಷಣ ಕೊಡಿಸುವುದು, ತಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳ ಕಲಿಕೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯ ಸಹಕಾರ ಪಠ್ಯ ಪುಸ್ತಕ ಇತರೇ ಸೌಲಭ್ಯ ನೀಡುವುದು, ಅವರ ಕರ್ತವ್ಯ ಮೂಲ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೆ ಮತ್ತೆ ಸಭೆ ಸೇರಿ ಶಾಲೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳು, ಶಿಕ್ಷಣದ ಗುಣಮಟ್ಟ ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕ ಸಮಸ್ಯೆ, ಶಿಕ್ಷಕರ ಸಮಸ್ಯೆ, ಮೊದಲಾದ ಶಾಲಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನಹರಿಸುವುದು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ

ಇಡೀ ವರ್ಷ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ಏನು ನಡೆಯುತ್ತೆ?

ಅರವತ್ತೊಂಬತ್ತು ಸಾವಿರ ಶಾಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಕೋಟಿಗೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಕ್ಕಳು 'ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯಾಗಿ' ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಬನ್ನಿ, ಶಾಲೆಗೆ ಹೋಗೋಣ,
ಶಾಲಾ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನದಲ್ಲಿ
ನಮ್ಮ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ನಿರ್ವಹಿಸೋಣ

ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಯೋಜನೆಯ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆಯೆ ನಡೆಸುವ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸದಸ್ಯರ ಗುರುತರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಮರೆಯುವಂತಿಲ್ಲ. ಶಾಲಾ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಮಗ್ರ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಸ್ಮರಣೆಗೆ ತರುವ ಮೂಲಕ ಇಡೀ ವರ್ಷದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪಟ್ಟಿ ಹಾಗೂ ಮೂರು ತಿಂಗಳ ಪಕ್ಷಿನೋಟ, ಎಲ್ಲವೂ ತಿಳುವಳಿಕೆಗಾಗಿಯೇ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿಯೇ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಪಠ್ಯ ಸಂಬಂಧಿತವಾದ ಹಾಗೂ ಪಠ್ಯೇತರವಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪಕ್ಷಿನೋಟ ಹೀಗಿದೆ. ಪ್ರಾರಂಭದ ಸ್ವಾಗತ ಸಮಾರಂಭ, ಸಕಲ ಸಿದ್ಧತೆಗಳಿಂದ, ಉಚಿತ ಸಮವಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ಪುಸ್ತಕ ವಿತರಣೆಯೂ ನಡೆಯಲು ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಬೇಕು. ಆ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಕಲಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹಿಂದುಳಿದ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಗುರ್ತಿಸಿ ಅವರ ಕಲಿಕಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಸಮರ್ಥ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳನ್ನು ಪತ್ತೆ ಮಾಡುವ ವಿಶೇಷ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರ ಬೋಧನೆ, ನಂತರ ಕಲಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಹಿಂದುಳಿದ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ವಿಶೇಷ ನೆರವು ನೀಡುವಿಕೆ, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗೆ ಕಷ್ಟ ಎನಿಸುವ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಒಂದು ತಾಸು ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ಬೋಧಿಸಲಾಗುವುದು, ಇಡೀ ವರ್ಷ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸುವ ಕ್ರಮ, ಶಾಲಾ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಸಮಿತಿಯ ಅಂಗೀಕಾರ ನೀಡಿದ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಕೈಗೆತ್ತಿಕೊಂಡು ಜಾರಿಗೆ ತರುವುದು ಹಾಗೂ ಮಕ್ಕಳ ಹಾಜರಾತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಪ್ರತಿ ಮಗುವು ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿಯುವಂತೆ ಮಾಡಿ ಕೂಲಿ ನಾಲಿಯಿಂದ ದೂರವಿರಿಸುವುದು, ಹೀಗೆ ಹಾಜರಾತಿ ಉತ್ತಮಪಡಿಸುವದು ಹಲವಾರು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವ ಆದ್ಯತೆ ಮೇರೆಗೆ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು.

ಅದೇ ರೀತಿ ಸಹ ಪಠ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ ಪದ್ಧತಿ ವಿರೋಧಿಸುವ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಶಾಲೆಯತ್ತ ಆಕರ್ಷಿಸುವಲ್ಲಿ ಶಾಲೆಗೆ ಕರೆತರುವಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣವೇ ಶಕ್ತಿ ಎಂದು ತೋರಿಸಿಕೊಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಹವಾಮಾನದಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಏರುಪೇರು ನಿಯಂತ್ರಿಸಿ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ಆಮ್ಲಜನಕ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಉತ್ತಮ ಉಸಿರಾಟಕ್ಕೆ ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಲು ಸಸ್ಯಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುವ ಪರಿಸರ ರಕ್ಷಣೆ ಬಗ್ಗೆ ಮಕ್ಕಳಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುವುದು. ದೈಹಿಕ ಮತ್ತು ಕ್ರೀಡಾ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವ ನೀಡಿ ಶಾಲಾ ಮಟ್ಟದಿಂದ ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದವರೆಗೂ ಕ್ರೀಡಾಕೂಟ ಆರಂಭಿಸಿ ರಾಜ್ಯದ ಕ್ರೀಡಾರಂಗಕ್ಕೆ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸಜ್ಜುಗೊಳಿಸುವ ಉತ್ತಮ ಆರೋಗ್ಯ ಉತ್ತಮ ಕ್ರೀಡಾ ಆಸಕ್ತಿ ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಶ್ರಮಿಸಲಾಗುವುದು. ಅದೇ ರೀತಿ ಹಿರಿಯ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಶಾಲೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಕಲಿಕೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮಹತ್ವ ನೀಡುತ್ತಾ ವಿಜ್ಞಾನ ಕಲಿಕೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ ಮಕ್ಕಳಲ್ಲಿ ವೈಜ್ಞಾನಿಕತೆ ಬಿತ್ತಲು ವಿಜ್ಞಾನ ಸಂಘ ಆರಂಭಿಸಿ ಪ್ರತೀ ಹದಿನೈದು ದಿನಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಉಪನ್ಯಾಸ, ಚರ್ಚೆ ಮೊದಲಾಗಿ ಏರ್ಪಡಿಸುವುದು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸಭೆ, ಪೋಷಕರ ಸಭೆ, ಪ್ರತೀ ನಿಗಧಿತ ದಿನಗಳಂದು ನಡೆಸುವುದು ಹಾಗೂ ಶಾಲಾ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತಂದು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸಾಮೂಹಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಈ

ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿದ್ದು, ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಪ್ರೌಢಶಾಲಾ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಚಿವರು, ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು ತಮ್ಮ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಸಮೂಹದ ಮೇಲೆ ಹೊರಿಸುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ತಮ್ಮ ದೇಶದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಸಾಕಷ್ಟು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವಾತಾವರಣವನ್ನುಂಟು ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಈ ಯೋಜನೆಗೆ ಜೀವ ತುಂಬುವ ಜಾಹಿರಾತು ಇದಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ ೧೭: ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಇಡೀ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಶಾಲೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳೇನು? ಎಂಬುದರ ಪಕ್ಷಿನೋಟ ಬೀರುವುದಾಗಿದೆ ಅಂದರೆ ಸಮಗ್ರ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯಲ್ಲಿ ದುಡಿಯುತ್ತಿರುವ ೩.೫ ಲಕ್ಷ ಶಿಕ್ಷಕರಿಗೆ ವಹಿಸಿದ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಹಾಗೂ ೬ ಲಕ್ಷಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸದಸ್ಯರು ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಸಮಾಜದ ನವನಾಗರೀಕರನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ ಇಲಾಖೆಯ ಪರಿಚಯ ಶಾಲಾ ಶಿಕ್ಷಕರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಪಾರದರ್ಶಕವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು ಹಾಗೂ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪಡಿಸಿದ ಶಾಲಾ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಂಡು ಅನುಷ್ಠಾನಕ್ಕೆ ತರುವಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಕನೇ ಹೊಣೆಗಾರನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಅವರಷ್ಟೇ ಹೊಣೆ ಪೋಷಕ ಹಾಗೂ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸದಸ್ಯರಿಗೂ ಇರುತ್ತದೆ.

ಈ ರೀತಿ ತ್ರಿಕೋನ ಸಂಬಂಧವಿರುವ ಶಿಕ್ಷಣದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು, ಯೋಜನೆಗಳು, ಯಾವ ರೀತಿ ಮುಂದುವರಿಯಬೇಕೆಂದು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡಲು ಈ ಯೋಜನೆ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಸಹಕಾರಿಯಾಗುವುದು. ಅಂದರೆ ಪರಿಹಾರ ಬೋಧನೆ, ಕ್ರೀಡೆ, ಲಲಿತಕಲೆಗೆ ಮಹತ್ವ ನೀಡುತ್ತಾ ಕಲಿತದ್ದನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ ಮುಂದುವರಿದು ಪರಿಹಾರ ಬೋಧನೆ ನೀಡುವುದು, ಪೂರಕವಾದಂತಹ ಕಲಿಕಾ ಪರಿಹಾರ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಆಯೋಜಿಸುವುದು. ಸರ್ವ ಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯಾನದ ವಿಶೇಷ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಡಿ ಹನ್ನೊಂದು ಜಿಲ್ಲೆಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲಾಗಿದ್ದು, ಅವುಗಳ

ಮಕ್ಕಳ ಓದುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಗುಂಪು ಅಭ್ಯಾಸ ರೂಢಿಸಿ ೧೦ನೇ ತರಗತಿಯ ಮಕ್ಕಳ ಓದಿನ ಬಗ್ಗೆ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಿ ಗುಂಪು ಅಭ್ಯಾಸ ರೂಢಿಸಬೇಕು. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದಿಂದಲೇ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಜ್ಞಾನ ಮೂಡಿಸಿ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಅದರ ಹಲವು ಹತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿಕೊಡುವುದು, ಮಕ್ಕಳ ಕಲಿಕೆಗೆ ನೆರವಾಗಬಲ್ಲ ಕಲಿಕಾ ಚಪ್ಪರ, ಮಕ್ಕಳ ಕಪ್ಪು ಹಲಗೆ, ಹವಾಮಾನ ನಕ್ಷೆ, ಪ್ರಗತಿ ನೋಟವನ್ನು ಪರಿಸರ ಸಂಬಂಧಿತ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಉಂಟು ಮಾಡುವಾಗ ಮತ್ತೆ ಮೊದಲು ೩ ತಿಂಗಳು ಕಲಿತಿದ್ದು, ಪತ್ತೆ ಮಾಡಲಾಗುವುದು.

ಇನ್ನು ಸಹಪಠ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಾಗಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಲೋಕಕ್ಕೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯುವ, ಮಕ್ಕಳ ಪ್ರತಿಭೆಯನ್ನು ಹೊರಚೆಲ್ಲುವ ಅವರಿಗಾಗಿಯೇ ಹೆಚ್ಚು ಲಲಿತಕಲೆಗಳತ್ತ ಗಮನ ಸೆಳೆಯುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ರೂಪಿಸುವುದು. ಭಾರತದ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಹೋರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ, ಆಧುನಿಕತೆ ಬಗ್ಗೆ, ಜಾಗತೀಕರಣದ ಬಗ್ಗೆ ಭಯೋತ್ಪಾದನೆಯ ಬಗ್ಗೆ, ಹೀಗೆ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ಹಾಗೂ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ದಿನಾಚರಣೆ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒಲವು ಮೂಡಿಸುವುದು. ಮಕ್ಕಳ ಆರೋಗ್ಯ ತಪಾಸಣೆಗಾಗಿ ಈ ೧.೫ ಕೋಟಿ ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಆರೋಗ್ಯ ಕಾರ್ಡು ಮಾಡಿಸಿ, ಆರೋಗ್ಯ ತಪಾಸಣೆಗೆ ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಿ ಆರೋಗ್ಯ ವೃದ್ಧಿಸುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವೂ ಆರೋಗ್ಯ ಇಲಾಖೆಯ ಸಹಕಾರದಿಂದ ನೆರವೇರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಮಕ್ಕಳಲ್ಲಿ ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಮನೋಭಾವ ಮೂಡಿಸಬಲ್ಲ, ವಿಜ್ಞಾನ ಗೋಷ್ಠಿಗಳು, ವಿವೇಚನಾ ಶಕ್ತಿ ಬೆಳೆಸಲು ನೆರವಾಗಿದೆ.

ರಸಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಎಲ್ಲ ವಿಷಯಗಳತ್ತ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಅಧ್ಯಾಯನಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಧ್ರುವತಾರೆ ಎನಿಸಿದ ಆಚಾರ್ಯ ದೇವೋ ಭವ ಎಂಬಂತೆ ಗುರುಗಳ ಸ್ಥಾನವನ್ನೇ ಅಲಂಕರಿಸಿ ಡಾ॥ ರಾಧಾಕೃಷ್ಣ ಅವರ ಜಯಂತಿ ಒಂದು ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆಯಾಗಿ ಆಚರಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಅಷ್ಟೇ ಏಕೆ ಸರ್ ಎಂ.ವಿ. ಹುಟ್ಟು ಹಾಕಿದ ವಿದ್ಯುತ್ ಮೂಲಗಳ ಬಗ್ಗೆ, ವಿದ್ಯುತ್ ಕೊರತೆ, ಜಲಾಶಯಗಳು, ನೈಸರ್ಗಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಇವೇ ಮೊದಲಾದವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುವ ಗುರಿ ನಮ್ಮದಾಗಬೇಕು. ನೀರಿನ ಮೂಲಗಳ ಸಮರ್ಪಕ ಬಳಕೆ ಆಗಿ ವ್ಯರ್ಥ ವ್ಯಯಕ್ಕೆ ದೂರವಾಗಬೇಕು. ಎಲ್ಲಾ ತರಗತಿ ವಾರು ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ದೈಹಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವು ಮೂಡಿಸಿ ವಾರಕ್ಕೆ ೪ ಗಂಟೆಯಾದರೂ ಯೋಗ ಶಿಕ್ಷಣ, ಕ್ರೀಡಾ ಚಟುವಟಿಕೆ, ಪ್ರತಿದಿನ ಸಂಜೆ ಒಂದು ಗಂಟೆ ಆಟಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ ನೀಡಿ, ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಚಟುವಟಿಕೆಯಿಂದ ಇರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಪ್ರತಿ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ಎರಡು ಪುಸ್ತಕ ಓದಿ ಸಾರಾಂಶ ಬರೆದು ತಮ್ಮ ಜ್ಞಾನ ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮರೆಯಬಾರದು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯಲು ಶಾಲೆಗೆ ಬನ್ನಿ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಿ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ತನ್ನಿರೆಂದು ಕರೆನೀಡುತ್ತಾ ಪ್ರತೀ ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಎಸ್.ಡಿ.ಎಂ.ಸಿ. ಸಭೆ ಹಾಗೂ ಪ್ರತಿ ಮೂರು ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಪೋಷಕರ ಸಭೆ ಕರೆಯುವುದು ಮರೆಯುವಂತಿಲ್ಲ.

ಹೀಗೆ ಈ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿನ ಬಾಲಕಿಯರು ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ಬದುಕುವ ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತಾ ಮಂದಸ್ಮಿತರಾಗಿ ತಮ್ಮ ಕೈಯಲ್ಲೊಂದು ಕಾಗದದ ಸುರುಳಿ ಹಿಡಿದುಕೊಂಡು ಶಾಲೆಯತ್ತ ಖುಷಿಯಾಗಿ ಓಡುತ್ತಿರುವುದು ಶಾಲೆಯ ಸಮಗ್ರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಹಾಗೂ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಾಹಿತಿ ಮೆಲುಕು ಹಾಕಲು ತೆರಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆಂದು ಈ ಜಾಹಿರಾತು ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡುವುದು ಆಧುನಿಕ ಕಾಲದಲ್ಲಿ 'ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಶಿಕ್ಷಣ ಎಂಬುದು ಇಂದಿನ ಘೋಷಣೆಯಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣವೇ ಇಂದು ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕುಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ಸಂವಿಧಾನದಲ್ಲಿಯೂ ಈ ಅಂಶವನ್ನು ಒತ್ತಿ ಹೇಳಿದೆ. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಶಿಕ್ಷಣ ಎಂಬ ಘೋಷಣೆ ಕೇವಲ ಭಾರತೀಯರಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತವಾಗಿಲ್ಲ. ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಇದರ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಶಾಲಾ ವಯಸ್ಸಿನ ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಶಾಲೆಗಳನ್ನು ತೆರೆದು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಕೊಡಬೇಕಾದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಇಂದು ಸರಕಾರದ ಮೇಲಿದೆ. ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ತ್ವರಿತಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವತ್ರೀಕರಣಗೊಳಿಸದಿದ್ದರೆ, ಸಮುದಾಯ ಹಾಗೂ ರಾಷ್ಟ್ರದ ನಿರ್ಮಾಣ ಕಷ್ಟ ಸಾಧ್ಯ ಎಂಬ ನಂಬಿಕೆ ಇಂದು ಬಲವಾಗಿದೆ'[೧೧]. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಕೇಂದ್ರ ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರಕಾರವು ಸಮರೋಪಾದಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಆಂದೋಲನ ಕೈಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಅದರ ಸಾಧನೆಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಒದಗಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರ ಕೈಗೊಂಡು ಸಮುದಾಯದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತು ನೋಡಿದಾಗ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದರ ಪರಿಣಾಮ 'ಕಳೆದ ದಶಕದಲ್ಲಿ ದೇಶದ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಪ್ರಮಾಣ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ನಂತರ ಇದೇ ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ಒಟ್ಟು ಪುರುಷರ ಪೈಕಿ ನಾಲ್ಕನೇ ಮೂರು ಪಾಲು ಹಾಗೂ ಮಹಿಳೆಯರ ಪೈಕಿ ಅರ್ಧಕ್ಕಿಂತಲು ಹೆಚ್ಚು ಮಂದಿ ಸಾಕ್ಷರಸ್ಥರಾಗಿದ್ದು, ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರ ಸಂಖ್ಯೆ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ'[೧೨]. ಹಾಗೂ '೧೯೯೧ರಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಶೇ.೫೬.೦೪ ರಷ್ಟಿದ್ದ ಸಾಕ್ಷರತೆ ೨೦೦೧ರ ಜನಗಣತಿ ವೇಳೆಗೆ ೬೭.೦೪ಕ್ಕೆ ಏರಿತು. ೧೯೯೧ರಲ್ಲಿ ಪುರುಷರ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.೬೭.೨೬ ಮತ್ತು ಮಹಿಳಾ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.೪೪ರಷ್ಟಿತ್ತು. ೨೦೦೧ರಲ್ಲಿ ಕ್ರಮವಾಗಿ ಶೇ.೭೬.೨೯ ಮತ್ತು ಶೇ.೫೭.೪೫ಕ್ಕೆ ಏರಿದೆ'[೧೩]. ಹೀಗೆ ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಲನದಿಂದ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರ ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ನಾಂದಿಯಾಗಿದೆ. ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಹೊರ್ಡಿಂಗ್, ಕೈಪಿಡಿ, ಪುಸ್ತಕ ಮುಂತಾದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರಪಡಿಸಲಾಗುವುದು. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲೊಂದು ಎಂದು ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿದೆ / ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮಹತ್ವ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಕುರಿತು ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

---

೧೧. ಹಿ.ವಿ. ಜಯಣ್ಣ, ಆಧುನಿಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಒಲವುಗಳು, ಪುಟ: ೩.
೧೨. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೧೩೮.
೧೩. - - ಅದೇ - - ಪುಟ: ೧೧೨.

ಐಐಐ *** ಡಡಡ



ಅಧ್ಯಾಯ: ಏಳು

ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮಹತ್ವ

'ಆಧುನಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಎಲ್ಲ ರಂಗಗಳನ್ನು ಆವರಿಸಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಇಲ್ಲದೆ ಜೀವನ ನಡೆಸುವುದೇ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲವೇನೋ ಎಂಬಷ್ಟು ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಬಂದೊದಗಿದೆ'[೧] ಇಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಕೋಟ್ಯಂತರ ಜನರ ಮೇಲೆ ಅವರವರ ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಹಬ್ಬ, ಜಾತ್ರೆ, ಧಾರ್ಮಿಕ ಉತ್ಸವ, ಕಲೆ, ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯ ಮೂಲಕವಾಗಿ ಜನಸಮುದಾಯದ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿದೆ. ಶ್ರೀಸಾಮಾನ್ಯನು ಬೆಳಗ್ಗೆ ಎದ್ದು ವರ್ತಮಾನ ಪತ್ರಿಕೆ ಓದುವುದರಿಂದ ಹಿಡಿದು ರಾತ್ರಿಯ ಮಲಗುವವರೆಗೆ ಅನೇಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಾನೆ. ಅವನು ಇಚ್ಛಿಸಲಿ ಅಥವಾ ಇಚ್ಛಿಸದಿರಲಿ, ಹಳ್ಳಿಯಲ್ಲಿರಲಿ ಅಥವಾ ಪಟ್ಟಣದಲ್ಲಿರಲಿ ಅವನು ಮಾತ್ರ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ಪ್ರಭಾವಿತನಾಗುತ್ತಲೇ ಇದ್ದಾನೆ. ಇಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಈಗ ತಾನೆ ಹುಟ್ಟಿದ ಮಗುವಿಗೆ ತಾಯಿಯ ಎದೆಹಾಲು ಉಣ್ಣಿಸಲು (ಕೊಡಿಸಲು) ಸಹ ಜಾಹಿರಾತು ಆಧುನಿಕ ತಾಯಂದಿರಿಗೆ ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲಾಗುತ್ತಲ್ಲಿದೆ ಅಂದರೆ, ಅದರ ಮಹತ್ವ ಎಷ್ಟಿದೆ? ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿ ಬೆಳಗ್ಗೆಯಿಂದ ರಾತ್ರಿ ಮಲಗುವ ತನಕ ಎಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿರುತ್ತಾನೋ, ಅವೆಲ್ಲವೂ ಪ್ರಚಾರ ಪಡೆಸಿರುವ ಪ್ರಭಾವದಿಂದಲೇ ಖರೀದಿಸಿ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಾನೆ. ಅವನು ರಾತ್ರಿ ಮಲಗುವಾಗಲೂ ಉಪಯೋಗಿಸುವ ವಸ್ತುಗಳು ಪ್ರಚಾರದ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟು ಖರೀದಿಸಿರುತ್ತಾನೆ. ಉದಾ: ಗುಡ್‌ನೈಟ್, ಆಲ್‌ಔಟ್, ಉಷಾ ಫ್ಯಾನ್, ಕೇತಾನ ಫ್ಯಾನ್, ಏರ್‌ಕೂಲರ್, ಇತ್ಯಾದಿ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ವಸ್ತುವಿನ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಅರಿತುಕೊಂಡು ಅವನ ತಲೆಯಲ್ಲಿ ತುಂಬಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನೇ ಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲೋದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಂದಿನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಆಗಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಇಲ್ಲದೆ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸಮಾಜದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲವೇನೋ ಅನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ

---

೧. ವೈ.ಜಿ. ಮುರಳೀಧರ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಬಳಕೆದಾರರು, ಪುಟ: ೩

ಗಟ್ಟಿಯಾಗಿ ನಿಂತಿದೆ. ಇಂಥ ಜಾಹಿರಾತು ಕೇವಲ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಪ್ರಯೋಜನ; ಅವರಿಗೆ ಲಾಭವುಂಟು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅನಾವಶ್ಯಕ ದುಂದುವೆಚ್ಚ ಎಂದು ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ತಿಳಿದುಕೊಂಡ ಕಾಲವೊಂದಿತ್ತು.

ಆದರೆ ಕಾಲ ಇಂದು ಬಹಳ ವೇಗವಾಗಿ ಮತ್ತು ವೈಜ್ಞಾನಿಕವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಿದೆ. ಪ್ರತಿದಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಹೊಸ ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳಾಗುತ್ತಿವೆ. ನವ ನವೀನ ಪ್ರಯೋಗಗಳು ದರ್ಶನವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಕೋಟ್ಯಾಂತರ ರೂಪಾಯಿ ಬಂಡವಾಳವಿರುವ ಜಾಹಿರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯೊಂದಿಗೆ ವೇಗವಾಗಿ ಓಡುತ್ತಲಿದೆ. 'ದೊಡ್ಡ ದೊಡ್ಡ ಯೋಜನೆಗಳು ಮಾಡಲಾಗದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಪುಟ್ಟದೊಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಡಬಲ್ಲದು'[೨]. ಇಂದು ನಾವು ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹಾಗೂ ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಯುಗದಲ್ಲಿದ್ದೇವೆ. ಜಾಗತೀಕರಣ, ಉದಾರೀಕರಣ, ಖಾಸಗೀಕರಣ, ವಿಜ್ಞಾನ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಇವುಗಳು ಅತಿಯಾಗಿ ಮುಂದುವರಿದ ರಂಗಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಬದಲಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ವಂತ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಅಸಾಧ್ಯವೆನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಆಧುನಿಕ ಸಂದರ್ಭ ನಿರ್ಮಾಣಗೊಂಡಿದೆ. ವಿಶ್ವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಈಗ 'ಭಾರತೀಯ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳಿಗೆ ಜಾಗತೀಕ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ಹಿಂದಿಕ್ಕುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಿದೆ ಎಂದು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಖ್ಯಾತಿಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಗುರು ಇಯಾನಬೆತೆ ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಮುಂದಿನ ಹತ್ತು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳಾದ ಇನ್‌ಫೋಸಿಸ್, ವಿಪ್ರೋ, ಐ.ಟಿ.ಸಿ, ಟಿ.ಸಿ.ಎಸ್, ರ್‍ಯಾನ ಬಕ್ಸಿ ಮತ್ತು ರಿಲಯನ್ಸ್ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಮಾನ್ಯತೆ ಎರಡರಲ್ಲೂ ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ಹಿಂದಕ್ಕಿಕ್ಕಬಹುದು'[೩]. ಎಂದು ಅವರು ಆ್ಯಡ್ ಏಷ್ಯಾ-೨೦೦೩ ಸಮ್ಮೇಳನದ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನ್ನುದ್ದೇಶಿಸಿ ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಈ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಜೊತೆಗೆ 'ಭಾರತದ ಜಾಹಿರಾತು ಲೋಕ ಭಾರಿ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯುಳ್ಳದ್ದು'[೪] ಎಂದು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಘಟನೆ ಜಾಗತಿಕ ಅಧ್ಯಕ್ಷ 'ಜೀನ್‌ಕ್ಲಾಡ್ ಬೌಲೋಸ್' ಬಣ್ಣಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಜನ ಸಮೂಹದ ಮೇಲೆ ಭಾರಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಇಂದಿನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಗಿದೆ. ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಂಡೋಮ್ ಜಾಹಿರಾತು ಹೊಸದೊಂದು ಪದ್ಧತಿಯ ಮೂಲಕ 'ಮಾತಾಡೋಣ ಮಹಾಶೂರ' ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ ಆಂದೋಲನದಿಂದ ಬಹಳ ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿದೆ. ಇದೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟದ ತಂತ್ರವಾದರೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಂಶ ಏಡ್ಸ್ ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿ ಕಾಂಡೋಮ್ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುವ ಈ ಮಾತುಗಾರಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ಕಾಂಡೋಮ್ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಅವಕಾಶ ಇದೆ. ಕರ್ನಾಟಕ, ತಮಿಳುನಾಡು, ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರ ಮತ್ತು ಆಂಧ್ರಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಐವತ್ತು ಲಕ್ಷ ಜನರನ್ನು ಮಾತಿಗೆಳೆಯುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ವರದಿಯಾಗಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಜನಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಏಡ್ಸ್ ನಿಯಂತ್ರಣದ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಲು

---

೨. ರಜನಿ ಎಂ.ಜಿ., ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ ಬಳೆಯದೇ!, ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ವಿಜಯ ೧೯-೨-೨೦೦೬, ಪುಟ: ೩.
೩. ಜಾಗತಿಕ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಪಟ್ಟ ಭಾರತ ಸಮರ್ಥ, ಪತ್ರಿಕಾ ವರದಿ ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ೦೪-೧೧-೨೦೦೩.
೪. ಜನಸಾಮಾನ್ಯರನ್ನು ಮರೆಯದಿರಿ, ಪತ್ರಿಕಾ ವರದಿ ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ ೧೨-೧೧-೨೦೦೩, ಪುಟ: ೭

ಜಾಹಿರಾತು ಸಮರ್ಥವಾಗಿದೆ (೭.೪ರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿ ಇದೆ). ಹಾಗೂ ಈ ಹಿಂದೆ ಹೇಳಿದಂತೆ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸಮಾಜದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಪೂರಕ ಪ್ರೇರಕವಾಗಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಇಂದು ಗಟ್ಟಿಯಾಗಿ ನಿಂತಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು.

ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನದು ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಪಾತ್ರ, ಇದು ಈಗ ವೃತ್ತಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದಿಮೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆದುನಿಂತಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ದಿನನಿತ್ಯ ಕೋಟ್ಯಾಂತರ ರೂಪಾಯಿಗಳ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸುತ್ತಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಲ್ಲದ ಜೀವನ ವಿಧಾನವನ್ನು ಕನಸಿನಲ್ಲಿಯೂ ಊಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ! ಇದು ಜನಜೀವನದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿ ಹೋಗಿದೆ. ಸಮಕಾಲಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದು ಕಲೆಯಾಗಿ ಅದು ಒಂದು ವಿಜ್ಞಾನವಾಗಿ, ಒಂದು ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಒಂದು ವೃತ್ತಿಯಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲೊಂದು ಎಂದು ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ.

೭.೧ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಠಿ

೭.೨ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕತೆ

೭.೩ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಜೀವನ ಮಟ್ಟ

೭.೪ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ

೭.೧ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಠಿ

ಇಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದು ಘನತೆಯ ಉದ್ಯೋಗವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಂತಹ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕೆ ಅತ್ಯಂತ ಅನುಭವೀ ಮತ್ತು ಒಳ್ಳೆಯ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಪಡೆದ ಜನರೇ ಅರ್ಹರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗ ಮಾಡಬಯಸುವವರು ಅವರ ಆಸಕ್ತಿಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣ/ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣ ಹಾಗೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಎಂ.ಬಿ.ಎ. ಪದವೀಧರರೂ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಬಿ.ಎ ಪದವಿ ಪಡೆದವರು ಅರ್ಹರು. ಸಾಹಿತ್ಯ, ಬರವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಅಭಿರುಚಿಯುಳ್ಳ, ಪ್ರಚಲಿತ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ತಮ ಅರಿವಿರುವ ಪದವೀಧರರು, ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಹಾಗೂ ವಿಷಯಬರಹ ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ ಅರ್ಹರು. ಬಿ.ಎಫ್.ಎ., ಬಿ.ವಿ.ಎ., ಎಂ.ಎಫ್.ಎ, ಎಂ.ಬಿ.ಎ., ಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸ್ನಾತಕೋತ್ತರ ಪದವಿ ಪಡೆದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಕಲಾ ನಿರ್ದೇಶಕ ಕಲಾವಿಭಾಗ ಸೇರಬಹುದು. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಕಲಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಅ್ಯನಿಮೇಷನ್, ವೆಬ್‌ಡಿಸೈನಿಂಗ್ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಭವ್ಯ ಭವಿಷ್ಯದ ಬಾಗಿಲು ತೆರೆದಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಉದ್ಯೋಗಗಳು ಸೃಷ್ಠಿಯಾಗಿವೆ ಮತ್ತು ಆಗುತ್ತಲಿವೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಅನೇಕ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಜಾಹಿರಾತು ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ. ಪ್ರಚಾರ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಪೂರೈಕೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ. ಪೂರೈಕೆ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಉದ್ಯೋಗ

ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂಥ ಉದ್ಯೋಗಗೋಸ್ಕರ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ವಿವಿಧ ಪದವಿ (ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳಲ್ಲಿ) ಪರಿಣಿತಿ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಆವರಿಗೋಸ್ಕರ ವಿವಿಧ ಪದವಿ, ಶಾಲೆ, ಕಾಲೇಜುಗಳು ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತಲಿವೆ. ಅಲ್ಲಿ ಮತ್ತೆ ಹೊಸ ಹೊಸ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಸರಪಳಿ ಇದ್ದಂತೆ, ಒಂದಕ್ಕೊಂದು ಸಹ ಸಂಬಂಧವಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ದುಡಿಯುವ ಒಬ್ಬ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ (ಮ್ಯಾನೇಜರ್) ತಿಂಗಳಿಗೆ ಒಂದೂವರೆ ಲಕ್ಷ ಸಂಬಳ ಪಡೆಯುತ್ತಾನೆ, ಅಂದರೆ ಉದ್ಯೋಗದ ಘನತೆ ಮತ್ತು ಗೌರವ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂದು ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಇಂಜಿನಿಯರ್ ಉದ್ಯೋಗಿ ಸಂಬಳ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಹೇಗೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಲಿದೆಯೋ ಅದಕ್ಕೆ ಸರಿಸಮಾನವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತುವಿನಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಸಂಬಳ ಸಹ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಲಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹಿರಾತು ಲೋಕ/ಕ್ಷೇತ್ರ ಅದು ಶಿಸ್ತು ಸಂಘಟನೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅದು ಅನೇಕರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗದಾತ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಉದ್ಯಮದ ಆಯ್ದ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಅನುಭವಿ ತಜ್ಞರು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ವಿಭಾಗದ ವಿವರ ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಇದೆ.

- **ಹಣಕಾಸಿನ ವಿಭಾಗ/ನಿರ್ವಾಹಕರು (Finance Department):** ಸಂಸ್ಥೆಯ ಒಟ್ಟು ಹಣಕಾಸಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಾರ್ಯಗಳು ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ನೆರವೇರುತ್ತದೆ. ಜಾಹಿರಾತುದಾರರಿಂದ ಬರಬೇಕಾದ ಹಣ, ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗೆ ಕೊಡಬೇಕಾದ ವೇತನ, ಸಂಸ್ಥೆಯ ಇತರೆ ಖರ್ಚು ವೆಚ್ಚಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.
- **ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿಭಾಗ/ನಿರ್ವಾಹಕರು (Advertising Department):** ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಕೊಡಬೇಕಾದ ಕೆಲಸ, ಬರಬೇಕಾದ ಕೆಲಸ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಇತರೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಈ ವಿಭಾಗದ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಗಮನ ಇಡುತ್ತಾರೆ.
- **ಜಾಹಿರಾತು ವಿಭಾಗ/ನಿರ್ವಾಹಕ (Production Department):** ಜಾಹಿರಾತಿನ ಯೋಜನೆ, ಜಾಹಿರಾತಿನ ಆಯ-ವ್ಯಯ, ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮಾಧ್ಯಮ ವಿಕ್ರಯಾಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಇತರೆ ಎಲ್ಲಾ ಫಲಿತಾಂಶ ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು.
- **ಉತ್ಪಾದಕರು/ತಯಾರಿಸುವಿಕೆ ವಿಭಾಗ (Production Department):** ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಬಂದ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಕೆಲಸ ಅದರ ಪ್ರತಿ ತಯಾರಿಸಿ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಮುದ್ರಣ ಮಾಡಿಕೊಡುವುದು, ಪೂರ್ವಭಾವಿಯಾಗಿ ಪ್ರತಿಯಲ್ಲಿನ ಸರಿ-ತಪ್ಪುಗಳು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಅದನ್ನು ಮುದ್ರಣಗೊಳಿಸಿ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವುದು ಇಲ್ಲಿಯ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಮುಖ್ಯ ಕೆಲಸವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- **ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ವಾಹಕ (Personnel Manager):** ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಜನ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ, ಇನ್ನು ಯಾವ-ಯಾವ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸಗಾರರು ಬೇಕಾಗಿದ್ದಾರೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಇವರೇ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

- **ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವಾ ವಿಭಾಗ:** ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸ್ಥೆ ಮಧ್ಯೆ ಸೇತುವೆಯಂತೆ ಈ ವಿಭಾಗ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- **ಮಾಧ್ಯಮ ವಿಭಾಗ:** ಮುದ್ರಣ, ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ, ಇತ್ಯಾದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿಗಾಗಿ ಅವಕಾಶ ನಿರ್ಮಿಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಈ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಇರುತ್ತದೆ.
- **ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆ:** ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ತಮ ಜಾಹಿರಾತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸಂಶೋಧನೆ ಮಾಡಿದ ನಂತರವೇ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನ ವಿಭಾಗವು ಜಾಹಿರಾತು ಪಡೆಸುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಂಶೋಧನೆ ಮಾಡಿ ಅದರ ವರದಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ವಿವಿಧ ಉದ್ಯೋಗಗಳು ದಿನೇ ದಿನೇ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತಲಿವೆ.

ಸರಕಾರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ವಾರ್ತಾ ಪ್ರಚಾರ ಇಲಾಖೆ, ದೂರದರ್ಶನ, ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಧ್ಯಮ, ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಲೆಕ್ಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ, ಬರಹಗಾರ, ವಿಜ್ಯೂವಲೈಜರ್, ಉತ್ಪಾದಕ ವಿಭಾಗ, ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ನಿರ್ದೇಶಕ, ಮಾಧ್ಯಮ ಯೋಜಕ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆ, ಮುಂತಾದ ಹುದ್ದೆಗಳನ್ನು ತುಂಬಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೇ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿ ಸ್ವಾವಲಂಬಿಯಾಗಲು ಕಲಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೂ ಈ ಜಾಹಿರಾತು ಉದ್ಯೋಗದ ನೆರವು ನೀಡುತ್ತಲಿದೆ.

೭.೨ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕತೆ:

ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಂದ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೂ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೂ ಅಪಾರ ಲಾಭವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹೊಸ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಅಧಿಕ ಮಾರಾಟ, ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆ, ಶೀಘ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಡಿಮೆ ದಾಸ್ತಾನು, ವ್ಯಾಪಾರಿ, ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರ ಮೇಲಿನ ಅವಲಂಬನದ ನಿವಾರಣೆ ಇತ್ಯಾದಿ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳು ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿವೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಚಾರವು ಪದೇಪದೇ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಅಥವಾ ಪ್ರಕಟಣೆಗೊಳಿಸುವುದರಿಂದ ಆ ವಸ್ತುಗಳ ಮಾರಾಟವು ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಇಂಥ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುವುದರಿಂದ ಆ ವಸ್ತುಗಳ ಮಾರಾಟವು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಅಧಿಕ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಅಧಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭಗಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಅಧಿಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಸ್ತುಗಳು ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ದೊರೆಯುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ನಿರಂತರವಾದ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸರಕುಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಒಳ್ಳೆಯ ಬೇಡಿಕೆಯುಂಟಾಗುವುದು ಸಹಜ. ಇದರಿಂದ ಅವರು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಚಿಲ್ಲರೆ

ವ್ಯಾಪಾರಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸುವ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ನೀಡುವ ಲಾಭಾಂಶವನ್ನು (ಕಮಿಷನ್) ಅದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಆರ್ಥಿಕ ಹೊರೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಜಾಹಿರಾತು ಗೊಳಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ವಸ್ತುಗಳ ಬೆಲೆಗಳು ನಿರ್ಧಿಷ್ಟವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅವುಗಳ ಅರಿವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವೊಂದರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ತಿಳಿಯಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ್ದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕೊಡಬಾರದೆಂದು ಜಾಹರಾತಿನ ಮುಖಾಂತರ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ರಕ್ಷಣೆ ನೀಡಿದಂತಾಗಿದೆ. ಈ ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಜಾಹಿರಾತು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಅಥವಾ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಕಾರಣವಾಗಿರುವುದು ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ.

'ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ೧೯೪೭ ರಿಂದ ೧೯೭೭ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು ೪೦ ಮಿಲಿಯನ್ ಡಾಲರ್ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಬಳಸಲಾಯಿತು. ದೇಶದ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದ ಶೇ.೨೦ರಷ್ಟನ್ನು ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ವಿನಿಯೋಗಿಸಲಾಯಿತು. ೧೯೭೭ರ ನಂತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಬದಲಾವಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಇದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ೧೦೦ ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿಗಳನ್ನು ಜಾಹಿರಾತು ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗಿತ್ತು'[೫]. ಆದರೆ ಇಂದು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಉತ್ಪಾದಕರು ಜಾಹಿರಾತಿಗಾಗಿ ನೂರಾರು ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ (ಬಂಡವಾಳವನ್ನು) ಖರ್ಚು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇಂದಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯತ್ತ ಸ್ವಲ್ಪ ಕಣ್ಣಾಡಿಸಿದರೆ, ಕೆಲವು ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಅಚ್ಚರಿ ಹುಟ್ಟಿಸುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳ ಶೀಘ್ರ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಸಹ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣವೆಂದು ಆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಆಯ-ವ್ಯಯ (ಬಜೆಟ್) ನೋಡಿದರೆ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾ: ಸ್ಯಾಮ್‌ಸಂಗ್, ಎಲ್.ಜಿ, ಹ್ಯುಂಡೈ, ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ೧೯೯೫ ರಿಂದ ೧೯೯೮ ರ ಕಾಲ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸಿವೆ. ಈ ಮೂರು ಕಂಪನಿಗಳು ಕೊರಿಯಾ ಮೂಲದವು, ಇವುಗಳ ಪ್ರವೇಶದಿಂದ ಭಾರತೀಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾದ ಬಿ.ಪಿ.ಎಲ್, ವಿಡಿಯೋಕಾನ್ ಮತ್ತು ಯೂರೋಪಿನ ಫಿಲಿಪ್ಸ್, ಜಪಾನಿನ ಸೋನಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ತೀವ್ರ ಸ್ಪರ್ಧೆ ನೀಡಿ, ದೇಶದ ನಂಬರ್ ೧ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ ಉತ್ಪಾದಕನಾಗಿ ಸ್ಯಾಮ್‌ಸಂಗ್ ನಂತರದ ಸ್ಥಾನ ಎಲ್.ಜಿ. ಸಂಸ್ಥೆ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ.

ಇನ್ನು ಆರ್ಥಿಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಸ್ಯಾಮ್‌ಸಂಗ್ ಇಂಡಿಯಾದ ಭಾರತೀಯ ವಹಿವಾಟು ಐದು ಸಾವಿರ (೫,೦೦೦) ಕೋಟಿ ಮತ್ತು ಹ್ಯುಂಡೈ ಮೋಟಾರ್ಸ್ ನಾಲ್ಕು ಸಾವಿರದ ಎಂಟು ನೂರು (೪,೮೦೦). ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ ಎಲ್.ಜಿ. ಇಂಡಿಯಾ ನಾಲ್ಕು ಸಾವಿರದ

೫. ಬ್ರಿಯಾನ್ ರೇಗೊ, ಜಾಹಿರಾತು ಭ್ರವ ಭವಿಷ್ಯದ ಬಾಗಿಲು, ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ವಿಜಯ (ಉದ್ಯೋಗ ವಿಜಯ) ೬-೪-೨೦೦೭, ಪುಟ: ೧.

ಐದುನೂರು (೪,೫೦೦) ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ತೊಡಗಿಸುವ ಒಟ್ಟು ಹಣ ಕೆಲವು ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ ಆದಕಾರಣ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಹಣ ತೊಡಗಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ಇನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯಗಳಿಸುವ ತಂತ್ರ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳದು. ೨೦೦೩ ರಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ತೊಡಗಿಸಿದ ಹಣ ಮುನ್ನೂರ ಇಪ್ಪತ್ತೈದು ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ (೩೨೫ ಕೋಟಿ). ಇಂತಹ ಅನೇಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಭಾರತೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಜಾಹಿರಾತು ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ನಡೆಯುವ ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳತ್ತ ಗಮನಿಸಿದರೆ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ನಡೆಯುವ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಚಿತ್ರ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಒಳ್ಳೆಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಒಂದು ಸೇವೆಯೇ ಸರಿ, ಅದರಿಂದ ಆರ್ಥಿಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಂಚಲನೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಹಿಂದಿನ ಅನೇಕ ಉಲ್ಲೇಖಗಳಿಂದ ಇದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು (ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳು) ತಯಾರಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಮುನ್ನ ಆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಪ್ರಚಾರ ಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಹೊಸ-ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪರಿಚಯ ನೀಡಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೂ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೂ ಅನುಕೂಲಕರ ಸನ್ನಿವೇಶ ನಿರ್ಮಾಣಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ವಸ್ತುಗಳ ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ ಮಟ್ಟ (ಚಟುವಟಿಕೆ) ಹೆಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ಕಡೆ ಈ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಜಾಹಿರಾತಿಗಾಗಿ ಕಂಪನಿಯವರಿಂದ ಹಣ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದ ಅವುಗಳು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಸ್ವಾವಲಂಬಿಯಾಗಲು, ಸುಭದ್ರವಾಗಲು ಸಹಾಯವಾಗುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಅದೆಷ್ಟೋ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದಲೇ ಬದುಕುಳಿದಿವೆ ಎಂದರೆ ಅತಿಶಯೋಕ್ತಿಯಾಗದು. 'ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಬೆನ್ನೆಲುಬು ಜಾಹಿರಾತು, ಜಾಹಿರಾತಿನ ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಆರ್ಥಿಕ ಭದ್ರತೆಯ ದ್ಯೋತಕ, ಜಾಹಿರಾತಿನ ಬೆಂಬಲವಿಲ್ಲದೆ, ಯಾವುದೇ ಪತ್ರಿಕೆಯು ಉದ್ಯಮ ಬಹಳ ಕಾಲ ಬದುಕಲಾರದು'[೧]. ಅಲ್ಲದೇ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆಗಳು, ಅತಿ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಓದುಗಾರರಿಗೆ ದೊರೆಯಲು ಜಾಹಿರಾತು ಕಾರಣ. 'ದೇಶದ ಮೊದಲ ಇನ್ನೂರು ಬೃಹತ್ ಕಂಪನಿಗಳು ೧೯೯೮-೯೯ರಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ನೀಡುವುದಕ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ವೆಚ್ಚ ರೂ. ೩,೯೪೨ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿಗಳು, ಆರು ಕಂಪನಿಗಳು ಜಾಹಿರಾತಿಗಾಗಿ ಮಾಡಿದ ವೆಚ್ಚ ರೂ. ೧೦೦ ಕೋಟಿಯನ್ನು ಮೀರಿದೆ'[೨]. ಹೀಗೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಹಣವನ್ನು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸುವುದರಿಂದ ಔದ್ಯೋಗಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ದೇಶ ಸುಭದ್ರವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ, ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ, ಜಾಹಿರಾತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ, ಮುದ್ರಕರಿಂದ, ಜಾಹಿರಾತಿನ ಇತರೆ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಸರಕಾರಕ್ಕೆ ವಾರ್ಷಿಕ ಸಾವಿರಾರು ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ ತೆರಿಗೆ ಬರುತ್ತದೆ. 'ಜಾಹಿರಾತು ಜನತಂತ್ರ ದೇಶಗಳ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ

---

೧. ಡಾ. ನಾಡಿಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಪರಿಚಯ, ಪುಟ: ೧೦೬.
೨. ವೈ.ಜಿ. ಮುರಳೀಧರ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಬಳಕೆದಾರರು, ಪುಟ: ೩೬.

ಒಂದು ಭಾಗವೂ ಹೌದು[೮]. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿದಾಗ ಜಾಹಿರಾತು ದೇಶವ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಮೌನ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡಿದೆ ಮತ್ತು 'ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಆಧುನಿಕ ಆರ್ಥಿಕ, ಪ್ರಪಂಚದ ಜೀವಾಳವಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿಗಾಗಿ ಖರ್ಚಾಗುವ ಹಣದ ಮೊತ್ತವು ನಮ್ಮ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದ **(National Income)** ಹೆಚ್ಚಳಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಮನಾದ ತೂಕವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದೆ ಎಂಬುದು ಹೆಮ್ಮೆಯ ಮಾತು[೯].

೭.೩ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಜೀವನ ಮಟ್ಟ:

ಇಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರ ಕಲೆಯು ಒಂದು ದೊಡ್ಡ ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುವುದಲ್ಲದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಸರಕು ಸೇವೆಗಳ ಅನುಭೋಗವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಯೋಗಕ್ಷೇಮವನ್ನು ಹಾಗೂ ಜೀವನಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿದೆ. ಬೇಡಿಕೆಯ ಹೆಚ್ಚಳದಿಂದ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಉದ್ಯೋಗವಕಾಶಗಳು, ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮತ್ತು ದೇಶದ ವರಮಾನದ ಮಟ್ಟ, ಸಂಪತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಅನೇಕ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಸರಕು-ಸೇವೆಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀಡಿ ಅವರು ತಮಗೆ ಬೇಕಾಗುವಂತ ಸರಕು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಬೇಡಿಕೆ ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ಅದನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಂಡು ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಪದೇ ಪದೇ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಪ್ರಕಟ/ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ. ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕ ನೆಮ್ಮದಿಯಾಗಿ ಜೀವಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಜಾಹಿರಾತು ಒಳ್ಳೆಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಹಾಯಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದಿಂದ ಉನ್ನತ ಆದರ್ಶ ಹಾಗೂ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ರೂಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸ್ಫೂರ್ತಿದಾಯಕವಾಗಿದೆ, ಇಂದು ನಾವೆಲ್ಲಾ ನಮ್ಮ ಭೌತಿಕ ಮತ್ತು ಅಭೌತಿಕ ಜೀವನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಜಾಹಿರಾತೂ ಸಹ ಕಾರಣವೆಂದರೆ ಅತೀಶಯೋಕ್ತಿಯಾಗಲಾರದು. ಇಂದು ದೇಶದ ಅನೇಕ ವಿವಿಧ ವರ್ಗಗಳ ಜನಸಮೂಹದಾಯದ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಇಚ್ಛೆಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಂಡು ಬದುಕನ್ನು ಸಂತೋಷಗೊಳಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಅತ್ಯಂತ ಶ್ರೀಮಂತರ ಮನೆಯಲ್ಲಿರುವ ಐಶಾರಾಮಿ ವಸ್ತುಗಳು, ಟಿ.ವಿ., ಫ್ರಿಡ್ಜ್, ಮೊಬೈಲ್, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಡಿ.ವಿ.ಡಿ., ಡಿಜಿಟಲ್ ಕ್ಯಾಮರಾ, ವಾಹನ ಇನ್ನು ನ್ಯಾನೋ ಕಾರಿನ ಬೆಲೆ ಒಂದು ಲಕ್ಷ

೮. ಡಾ. ನಾಡಿಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಪರಿಚಯ, ಪುಟ: ೧೦೬.
೯. ಡಾ. ನಾಡಿಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ, ಭಾರತೀಯ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ, ಪುಟ: ೧೭೩.

ರೂಪಾಯಿ (ಟಾಟಾ ಗ್ರೂಪಿನ ಅಧ್ಯಕ್ಷ ರತನ್ ಟಾಟಾ ಭರವಸೆ ನೀಡಿರುವಂತೆ) ಇದು ಆಕ್ಟೋಬರ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬರಬಹುದು. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಶ್ರೀಸಾಮಾನ್ಯರ ಮನೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕಾಣಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆಲ್ಲಾ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಕಾರ್ಯಗಳೇ ಕಾರಣ, ಅದರ ಕಾರ್ಯವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂದೇಶ ನೀಡುವುದು, ಭರವಸೆ ಕೊಡುವುದು, ಸೌಕರ್ಯ ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಅತಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ನೀಡಿದೆ. ಒಂದೇ ತರಹದ ಸಾಕಷ್ಟು ವಸ್ತುಗಳು ಇಂದು ನಾವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನೋಡಿರುತ್ತೇವೆ. ಆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ನೀಡಿದೆ. ಆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಾಗ ಗ್ರಾಹಕರು ವಿಚಲಿತಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಅಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಯಾಗಿಯೂ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಅವರಿಗೆ ವಸ್ತುವಿನಲ್ಲಿನ ವಿಶೇಷ ಗುಣಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ, ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕನು ತನ್ನ ಅಭಿರುಚಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಯೋಗ್ಯ ಬೆಲೆಗೆ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾದ ವಸ್ತುಗಳು ಖರೀದಿಸಿ ಅವರ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಸುಧಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜಾಹಿರಾತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ-ಹೊಸ ವಸ್ತುಗಳು ಪರಿಚಯವಾಗುತ್ತಲಿವೆ. ಯೋಗ್ಯವಾದ ಮಾರಾಟದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಯಾವ ಗುಣಮಟ್ಟದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಬೇಕು, ಯಾವಾಗ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಿಸಬೇಕೆಂಬ ಬಗೆಗೆ ಯೋಗ್ಯವಾದ ನಿರ್ಣಯಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ಉತ್ಪಾದಕರು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನೆರವೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸುಸೂತ್ರವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತಲಿವೆ. ಜನರ ಜೀವನಮಟ್ಟವು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಹಾಗೂ ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಕೇವಲ ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಜೀವನಮಟ್ಟ ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಸುಧಾರಣೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದೇನು, ಅಲ್ಲ ಅನೇಕರ ಬಾಳಿಗೆ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರ ನಿಂತಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ವೃತ್ತಿಯನ್ನೇ ನಂಬಿ ಬದುಕುತ್ತಿರುವ ಅನೇಕ ಕುಟುಂಬಗಳು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿವೆ, ಅವರ ಜೀವನ ಏಳ್ಗೆಗೆ ಅವರ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ನಿರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳೇ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ರೂಪದರ್ಶಿಯಾಗಿ, ಜಾಹಿರಾತು ತಯಾರಕರಾಗಿ, ಜಾಹಿರಾತು ಮುದ್ರಕರಾಗಿ ರಾಷ್ಟ್ರ ಮತ್ತು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮನ್ನು ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. (ಹಿಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಿರುವಂತೆ) ಜಾಹಿರಾತು ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಜೀವನ ಅವಶ್ಯಕ ವಸ್ತುಗಳ ಬಗ್ಗೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಧಾರ್ಮಿಕ, ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಒಟ್ಟು ನಮ್ಮ ಬದುಕಿನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯ, ಧ್ಯೇಯೋದ್ದೇಶಗಳು ಪ್ರಚಾರ ಪಡಿಸುವ ಒಂದು ಸಾಧನವಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತ (ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಏರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಲಿದೆ) ಜನರ ನೈತಿಕ ಮಟ್ಟ ಪರಸ್ಪರ, ಸಹೋದರರ ಭಾವನೆ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸಮಾನತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಪುನರ್ ಸೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಸಂದೇಶ ನೀಡುತ್ತ ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಜೀವನ ಸಾರ್ಥಕಗೊಳಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

೭.೪ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ:

ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಅಧ್ಯಯನ ಶಿಸ್ತಿನ ವಿಷಯವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಈಗ ಕೇವಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತಗೊಂಡಿಲ್ಲ. ಅದರಿಂದಾಚೆಯೂ ಮತ್ತೊಂದು ಸಮಾಜವಿದೆ ಎಂದು ಅರಿತುಕೊಂಡು ಅಲ್ಲಿಯೂ ಸಹ ತನ್ನ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಆರೋಗ್ಯ, ಪರಿಸರ ಸಂರಕ್ಷಣೆ, ಸಾಕ್ಷರತೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರ ಕುಂದು ಕೊರತೆ, ಪೋಲಿಯೋ ನಿರ್ಮೂಲನೆ, ನೇತ್ರದಾನ, ಹೆಣ್ಣು ಭ್ರೂಣ ಹತ್ಯೆ, ಏಡ್ಸ್, ದೇವದಾಸಿ ಪದ್ಧತಿ ನಿರ್ಮೂಲನೆಯಂತಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳು ಸಹ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮೂಲಕ ದೇಶದಾದ್ಯಂತ ಪದೇ ಪದೇ ಪ್ರಚಾರ ಪಡೆಸುವುದರಿಂದ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಲ್ಲಿ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳು: ಒಂದು ಸಮಾಜವು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದಲು ಜಾಹಿರಾತು ನೇರವಾಗಿ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಬಹು ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿಯೂ ಬಹು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ್ದೇ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲ್ಲಿದೆ. ಉದಾ: ರಾಷ್ಟ್ರಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪ್ರಸಾರಗೊಳಿಸುವುದು ಇದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿತಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರಗೊಳಿಸಲು ಸಮಾಜ ಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವುದಾಗಲಿ, ಕುಟುಂಬ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಜನಪ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವುದರಲ್ಲಿ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಐಕ್ಯತೆಯ ಭಾವನೆಗಳಾಗಲೀ, ಸುನಾಮಿ, ಬರಗಾಲ, ಬಾಲಕಾರ್ಮಿಕ, ವಯಸ್ಕರ ಶಿಕ್ಷಣ, ಸರ್ವಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯಾನ, ಸರಕಾರದ ಯೋಜನೆಗಳು ಮುಂತಾದವೆಲ್ಲ ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ತಿಳಿಯುವಂತೆ ಮಾಡಿ, ಆ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ನೆರವಾಗುತ್ತಲಿದೆ.

ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಜನಕಲ್ಯಾಣಕ್ಕೆ ಅನೇಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಾಯಕವಾಗಿದೆ. ಅದರಿಂದ ಸಮಾಜ ಆರೋಗ್ಯಕರವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲು, ರೋಗ ಮುಕ್ತವಾಗಲು ಸಹಕಾರ ನೀಡಿದಂತಾಗಿದೆ. ಉದಾ: “ಜನನಿ ಸುರಕ್ಷಾ ಯೋಜನೆ” ಇದು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಮೀಣ ಆರೋಗ್ಯ ಅಭಿಯಾನ (ಪ್ರಚಾರ/ಜಾಹಿರಾತು) ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಡಿ ಜನನಿ ಸುರಕ್ಷಾ ಯೋಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಮಹತ್ವಪೂರ್ಣ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ೨೦೦೫ನೇ ಸಾಲಿನಿಂದ ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲೂ ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ತಾಯಂದಿರ ಮರಣ ಮತ್ತು ಶಿಶು ಮರಣ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ತಗ್ಗಿಸುವುದು. ಇದಲ್ಲದೆ ಕಡುಬಡವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರಿದ ಗರ್ಭಿಣಿಯರ ಆರೋಗ್ಯ ಕೇಂದ್ರ, ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೆರಿಗೆ ಮಾಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವುದು ಇಂಥ ಅಭಿಯಾನದ / ಜಾಹಿರಾತಿನ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಚಾರದ ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಜನರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ

ಮೂಡಿದೆ. '೨೦೦೭ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಎಚ್.ಐ.ವಿ. ಸೋಂಕಿತರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿರುವುದು ಸಮೀಕ್ಷೆಯಿಂದ ತಿಳಿದುಬಂದಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವೇನು? ಹೀಗೊಂದು ಪ್ರಶ್ನೆ ಹಾಕಿದಾಗ ಸಿಗುವ ಉತ್ತರ 'ಜಾಗೃತಿ' ಈ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಭಾರತೀಯರು ಸಾಕಷ್ಟು ಜಾಗೃತರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಸರಕಾರ ಹಾಗೂ ಹಲವು ಸರಕಾರೇತರ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಜನರನ್ನು ಜಾಗೃತರಾಗಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅವಿರತವಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸಿವೆ/ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಿವೆ'[೧೦]. ಹೀಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಈ ಜನರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಿ ಉತ್ತಮ ಸಮಾಜದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅವರಲ್ಲಿ ಮೂಢನಂಬಿಕೆಗಳನ್ನು ದುಷ್ಟಟಗಳನ್ನು ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸಲು ಆ ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ತಿಳಿಹೇಳಲು/ಅರಿವುಂಟು ಮಾಡಲು ಒಂದು ಉತ್ತಮ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಆರ್ಥಿಕ ರಂಗದಲ್ಲಿ: ಜಾಹಿರಾತು ಸಮಾಜದ ಭೌತಿಕ ಮತ್ತು ಅಭೌತಿಕ ಎರಡೂ ನಮೂನೆಯ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಹಾಗೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ನೆರವಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ಹೊಸ ಹೊಸ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಉಡುಪುಗಳನ್ನು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ತಯಾರಿಯಾಗುವ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಮತ್ತೆ ಸಂಶೋಧನೆಗಳ ಅವಿಷ್ಕಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೀಗೆ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಭೌತಿಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಉಂಟಾದರೆ, ಹೊಸ ವಿಚಾರಗಳು, ಮೌಲ್ಯಗಳು, ಆದರ್ಶಗಳು, ಬದುಕುವ ರೀತಿ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದರ ಮೂಲಕ ಅಭೌತಿಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಇಂದು ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಅಥವಾ ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನಷ್ಟೇ ಹೊಂದದೆ, ಅದು ಇಡೀ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಮುಂದುವರೆಯಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ದೇಶ ವಿದೇಶಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಬಂಧ ಏರ್ಪಟ್ಟು, ವಾಣಿಜ್ಯ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯತೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೇ ದೇಶ-ವಿದೇಶಗಳ ನಡುವೆ ಸ್ನೇಹ ಸಂಬಂಧವು ಉಳಿಸಿ ಬೆಳೆಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡಿ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು, ಆದರ್ಶಗಳನ್ನು, ಚಿಂತನೆಗಳನ್ನು, ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ಇಡೀ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಸಾಮೂಹಿಕವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪರ ವಿಚಾರಗಳು ಹಾಗೂ ಸದಾವಕಾಶಗಳನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

---

೧೦. ಬಸವರಾಜ .ಕೆ.ಜಿ. ಕ್ಷೀಣಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಚ್.ಐ.ವಿ/ಏಡ್ಸ್ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಫುಲ್‌ಮಾರ್ಕ್ಸ್. ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ ಉದಯವಾಣಿ ೨-೧೨-೨೦೦೭ ಪುಟ: ೬.

ಙಙಙ *** ಞಞಞ



ಅಧ್ಯಾಯ: ಎಂಟು

ಸಮರೋಪ

ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಸಮಯದಿಂದ ಹಿಡಿದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಆಧುನಿಕ ಕಾಲಮಾನದವರೆಗೆ ಅದರ ಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದೆ. ಕಾಲ ಕಾಲಕ್ಕೆ ಆಧುನೀಕರಣವನ್ನು ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜವನ್ನು ಪರಿವರ್ತಿಸುತ್ತ ತಾನು ಪರಿವರ್ತನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತ ಬರುತ್ತಲಿದೆ. ಇಂದು ಜಾಹಿರಾತು ವಿಶಾಲ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ವಿಜ್ಞಾನ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅವಿಷ್ಕಾರ, ಮಾನವನ ಬಯಕೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಹಿಂದೆಂದಿಗಿಂತಲೂ ಇಂದು ಆಗತ್ಯತೆ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಬಗೆಯ ಕೊಳ್ಳುವ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನೇ ಮೂಡಿಸಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಹೊಸ ಜೀವನ ಕ್ರಮವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುವ ಕಾರ್ಯಂಗದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದು ಬಹುಮುಖ್ಯವಾದ ಆರ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯದ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುವುದು ನಿಜ. ಆದರೆ ಅದರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಾರ್ಯವು ಬಹು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ್ದೆ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿತಗಳನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಐಕ್ಯತೆಯ ಭಾವನೆಗಳಾಗಲೀ ವಯಸ್ಕರ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಾಮಾಜಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ, ಸರಕಾರದ ಯೋಜನೆಗಳು, ಧಾರ್ಮಿಕ, ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕ, ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಒಟ್ಟು ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯ, ಧ್ಯೇಯೋದ್ದೇಶಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವುದರಲ್ಲೇ ಅದು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟ ಹೊಂದಿದೆ ಮತ್ತು ಶ್ರೇಷ್ಟ ಮಟ್ಟದ ಪ್ರಚಾರವೆನಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಇಂಥ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಉದ್ದೇಶ ಉತ್ಪಾದಕರ ಅಥವಾ ಹಣದ ಆಸೆಯಿಂದ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶಗಳಂತೆ, ಸಂಕುಚಿತವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ರೀತಿಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ವಿಶಾಲವಾದ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳು ಹೊಂದಿದ್ದು ಈ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ

ಜನಸಮುದಾಯದ ಪ್ರಗತಿ ಅಭ್ಯುದಯಗಳ ಘನಉದ್ಧೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಇಂಥ ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಇಂದಿನ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಬದುಕಿನ ಭಾಗವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜವನ್ನು ಪರಿವರ್ತನೆಯ ಹಾದಿಗೆ ಹಚ್ಚುವಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಅಸ್ತ್ರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಬೀರುತ್ತಿರುವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಂಡೇ ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ/ನೆಲೆ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲೆಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಲಿವೆ ಎಂದು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ನೆಲೆಗಳು ಶೋಧಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಇಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಅವಲೋಕಿಸಿ, ಉತ್ಪನ್ನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು (Product Advertising) ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನೇತರ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು (Non-Product Advertising) ಎಂದು ವಿಂಗಡಿಸಿಕೊಂಡು ಹಾಗೂ ಒಳಾಂಗಣ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ (Indoor Print Media) ಮತ್ತು ಹೊರಾಂಗಣ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ (Out Door Print Media) ಇತ್ಯಾದಿ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ (Miscellaneous Print Media) ಎಂದು ವರ್ಗೀಕರಿಸಿಕೊಂಡು ಅಧ್ಯಾಯನ ಮಾಡಲಾಗಿದ್ದು, ಅಧ್ಯಯನದ ಅನುಕೂಲತೆಗಾಗಿ ಎಂಟು ಅಧ್ಯಾಯನಗಳಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಮೊದಲನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶ, ಸ್ವರೂಪ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಹಾಗೂ ವೈಧಾನಿಕತೆ, ಕುರಿತಾದ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಎರಡು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ಥೂಲ ನೋಟವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಇಂದಿನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಆಗಿಬಿಟ್ಟಿದೆ ಹಾಗೂ ಅದು ಇಲ್ಲದೆ ಯಾವುದೇ ವಸ್ತು ವಿಷಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗಲಾರದೇನೋ ಅನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಈಗ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅದರ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಎಂದರೇನು? ಅದರ ಅರ್ಥ, ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ, ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲದೇ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ಸಾಮ್ಯತೆ, ವೈಸಾಮ್ಯತೆ, ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ ಜಾಹಿರಾತು ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರತಿ ವಿಧಿ–ವಿಧಾನಗಳನ್ನು (ರೂಪುರೇಷೆಗಳನ್ನು) ಕುರಿತು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಚಯ ಸಹ ಇಲ್ಲಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಜಗತ್ತಿನ ಇತಿಹಾಸ ಹಾಗೂ ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಚಯ ಈ ಅಧ್ಯಾಯ ಹೊಂದಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಮೂರು ಆಧುನಿಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಇದೆ. ಹಣ ಸಂಪಾದಿಸುವ ಆಸೆಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರೂ ಎಲ್ಲ ವಸ್ತು ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಪ್ರಚಾರವನ್ನೆ ಮೊರೆಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ಪರ್ಶಕ್ಕೆ ಸಿಗದೇ ಯಾವ ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನವು ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಅಸಾಧ್ಯವೆನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಆಧುನಿಕ ಸಂದರ್ಭ ನಿರ್ಮಾಣಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಅಬ್ಬರದ ಪ್ರಚಾರದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಧಾರ್ಮಿಕ ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಹಬ್ಬ-ಹರಿದಿನ, ಜಾತ್ರೆ-ಉತ್ಸವಗಳು, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳು ಮುದ್ರಣ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುವುದನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತುದಾರರ ಉದ್ದೇಶ, ಸನ್ನಿವೇಶದ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಅರ್ಥ, ಸಂದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ವಿವರಣೆ ಒಟ್ಟು ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿರುವ ಸಾಂಕೇತಿಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಶೋಧಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಈ ಅಧ್ಯಯದಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತ: ಒಟ್ಟಾರೆ ಇಲ್ಲಿನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜನಜೀವನದ ಮಧ್ಯ ನಡೆಯುವ ಹಬ್ಬ- ಹರಿದಿನಗಳು, ಆಚಾರ-ವಿಚಾರಗಳು, ನಂಬಿಕೆ-ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳು, ಜಾತ್ರೆ-ಉತ್ಸವಗಳು ಮತ್ತು ಜನಸಮುದಾಯದ ಆಸೆ-ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟನೆಗೊಂಡಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಎಲ್ಲ ಮತ, ಧರ್ಮ, ಜಾತಿ, ವರ್ಗ, ಜನಸಮುದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿವೆ. ಆಯಾ ಧರ್ಮದ ಹಬ್ಬ, ಸಂಪ್ರದಾಯ, ಆಚಾರ, ಪದ್ಧತಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸಮಾಜ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಗೆ ಆಗಿರೋದನ್ನು ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಿಗೆ ಆಗಬಹುದಾದ್ದನ್ನು ಈ ಎರಡನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಸುಖ-ಸಂತೋಷದ ಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೆ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳು ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ನಾಲ್ಕು ಸುಂದರವಾದ ಸಮಾಜ ಕಟ್ಟುವಲ್ಲಿ ಜನಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುವ ತಿಳುವಳಿಕೆ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಕೊಡುವುದರ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸಹ ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ. ವಿವಿಧ ತೆರನಾದ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ನಮೂನೆಯ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸಮಾಜದ ಸೇವೆಯ ಗುರಿಯನ್ನೇ ಹೊಂದಿದ್ದು (ಉದಾ:ಸೇವಾ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು) ಇನ್ನು ಕೆಲವು ತೆರನಾದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸ್ವ-ಹಿತಾ ಶಕ್ತಿ ವಾಣಿಜ್ಯಕರ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿರುವುದರೊಂದಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಎರಡು ಪ್ರಕಾರದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಜನರ ನಂಬಿಕೆ, ಸಹಬಾಳ್ವೆ, ಸಹೋದರತ್ವ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಏಕತೆ, ಧರ್ಮ ಸಹಿಷ್ಣುತೆ, ಸಮಾಜವನ್ನು ಪುನರ್‌ಸಂಘಟಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲ ವರ್ಗಗಳ ಜನರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಇದರ ಕಾರ್ಯವು ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತಲಿವೆ ಹಾಗೂ ಅಂಗವಿಕಲತೆ,

ಹೆಣ್ಣು ಭ್ರೂಣಹತ್ಯೆ, ಏಡ್ಸ್, ದೇವದಾಸಿ ಪದ್ಧತಿಯಂತಹ ಅನಿಷ್ಟ ಪದ್ಧತಿಗಳ ನಿರ್ಮೂಲನೆ ಮತ್ತು ಸ್ತನ್ಯಪಾನ, ಆರೋಗ್ಯದ ಅರಿವು ಮುಂತಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ ಪ್ರೇರಣೆ ಇಂತಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸಮಾಜದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೇಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಶೋಧಿಸಿ ನೋಡಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತ: ಒಟ್ಟಾರೆ ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಅಧ್ಯಯನ ಶಿಸ್ತಿನ ವಿಷಯವಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಏಳಿಗೆಗಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಜನಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಹೊಸ ಜೀವನ ಕ್ರಮವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು, ಮಾನವೀಯ ಸಂಬಂಧಗಳು, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಮೂಲಕ ಜನಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ ಹಾಗೂ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಧ್ವನಿಯಾಗಿ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡಿದೆ. ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ/ಹೋರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹೊಸದೊಂದು ಮಾರ್ಗ ತಿಳಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಇಲ್ಲಿನ ಕೆಲವು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೊಂದಿವೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಐಕ್ಯತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಾಮರಸ್ಯ, ಸಮಾಜದ ಪುನರ್ ಸಂಘಟನೆಗೆ, ಆದರ್ಶಗಳು, ಸೀಮಾತೀತವಾದ ಸಂಬಂಧ ಬೆಳೆಸಲು ಮೌಲಿಕವಾದ ಸಂದೇಶವು ತಿಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇರೆಪಿಸುತ್ತಲಿವೆ ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಿಂದ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಐದು ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಂಪರೆಯು ಅತ್ಯಂತ ವೈವಿಧ್ಯಮಯದಿಂದ ಕೂಡಿದೆ. ಅದರಲ್ಲಿಯೂ ಇಲ್ಲಿನ ಕಲೆ, ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ಪ್ರವಾಸಿತಾಣ, ಭಾರತದ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಭವ್ಯ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಿದೆ. ಬಾದಾಮಿ ಚಾಲುಕ್ಯರ ಶಿಲ್ಪಕಲೆ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ರಚನೆ, ಪ್ರಕಾರಗಳು, ವೈವಿಧ್ಯ, ಮೂರ್ತಿಶಿಲ್ಪಗಳ ಚೆಲುವು, ಗಾಂಭೀರ್ಯ ಹಾಗೂ ಸಹಜತೆಯು ಶಿಲ್ಪಕಲೆಯ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ವಿಶಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದಿದೆ. ಇಂತಹ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಶಿಲ್ಪ ಕಲೆ, ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟವಾದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಮತ್ತು ವಿದೇಶಿ ಪ್ರವಾಸಿಗರಿಗೆ ಹೇಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಲಿವೆ ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲಾ ವೈಭವ, ಗತವೈಭವಗಳನ್ನು ನೋಡಿ ಆನಂದಿಸಲು ಹಾಗೂ ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತಗಳು: ಇಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆ, ಪ್ರವಾಸಿ ತಾಣ, ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಥಳ, ಮುಂತಾದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಂಶಗಳು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಿಸಲಾದ ವಾಣಿಜ್ಯ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯೇತರ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಕುರಿತು ಅಧ್ಯಾಯನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕರ್ನಾಟಕವು ಕಲಾತ್ಮಕವಾದ, ನೈಸರ್ಗಿಕವಾದ, ಐತಿಹಾಸಿಕವಾದ ಒಂದು ಸುಂದರ ನಾಡು. ಒಂದು ರಾಜ್ಯ ಹಲವು

ಜಗತ್ತುಗಳ ನೋಡಿದ ಅನುಭವ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಎಂದು ಇಲ್ಲಿನ ಅನೇಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಸಾರಂಶಗಳಿಂದ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಆರು ಪ್ರಪಂಚದ ಎಲ್ಲಾ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಸಾಕ್ಷರತೆಗೆ ಶಕ್ತಿಮೀರಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಲಿವೆ. ಮನುಷ್ಯನ ಪ್ರಥಮ ಅಗತ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆಯೂ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಅಕ್ಷರ ಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಗಮನಕೊಡುವ ಅಗತ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ. ಸಾಕ್ಷರತೆ ಇಲ್ಲ ಎಂದರೆ ಜೀವನ ವ್ಯರ್ಥ ಎನ್ನುವ ಕಟುಸತ್ಯ ಜನರಿಗೆ ಮನದಟ್ಟಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ನಮ್ಮ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕದ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷರತೆಗೋಸ್ಕರ ಪ್ರಚಾರವು ಬಹಳ ಹಿಂದಿನಿಂದಲೂ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಸರಕಾರದ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಯೋಜನೆಗಳು ಉದಾ: ಬಾ ಮರಳಿ ಶಾಲೆಗೆ, ಕೂಲಿಯಿಂದ ಶಾಲೆಗೆ, ಅಕ್ಷರ ದಾಸೋಹ, ಬಾ ಬಾಲೆ ಶಾಲೆಗೆ, ಸರ್ವ ಶಿಕ್ಷಣ ಅಭಿಯಾನದಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಹಾಗೂ ಉನ್ನತ ವ್ಯಾಸಂಗಕ್ಕಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕ್, ಸಂಘ-ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಹಣಕಾಸಿನ ಸಹಾಯ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನರಿಗೆ, ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳ ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ, ಹೋರ್ಡಿಂಗ್, ಕೈಪಿಡಿ, ಪುಸ್ತಕ ಮುಂತಾದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿರುವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಆದ ಪ್ರಭಾವ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತ: ಆಧುನಿಕ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಶಿಕ್ಷಣ ಎಂಬುದು ಇಂದಿನ ಘೋಷಣೆಯಾಗಿದೆ. ಶಾಲಾ ವಯಸ್ಸಿನ ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಶಾಲೆಗಳನ್ನು ತೆರೆದು ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ಕೊಡಬೇಕಾದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಇಂದು ಸರಕಾರ ಮತ್ತು ಸಮುದಾಯದ ಮೇಲಿದೆ ಎಂದು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಶಿಕ್ಷಣವನ್ನು ತ್ವರಿತಗತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವತ್ರೀಕರಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಸಮುದಾಯ ಹಾಗೂ ರಾಷ್ಟ್ರದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಬಹಳ ಅಗತ್ಯತೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಅದರ ಸಾಧನೆಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಒದಗಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಾತ್ರ ಬಹಳ ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ದೇಶದ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಪ್ರಮಾಣ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಪುರುಷರಲ್ಲಿ ನಾಲ್ಕನೇ ಮೂರು ಪಾಲು ಹಾಗೂ ಮಹಿಳೆಯರಲ್ಲಿ ಅರ್ಧಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಂದಿ ಸಾಕ್ಷರಸ್ಥರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಹೀಗೆ ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಲನದಿಂದ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರ ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ನಾಂದಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ: ಏಳು ಜಾಹಿರಾತು ಕೇವಲ ಕೆಲವರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗೆ ಎನ್ನುವ ಮಾತು ಇಂದು ಅರ್ಥ ಕಳೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಅದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಉಳಿಸಿ ಬೆಳೆಸುವ ಮಹೋನ್ನತ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿಯೂ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲೊಂದು ಎಂದು ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು ಇಂದಿನ

ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಆಗಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಜನಸಮುದಾಯ ಪರಸ್ಪರ ಪೂರಕ ಪ್ರೇರಕ ಪೋಷಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕತೆ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಜೀವನಮಟ್ಟ, ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಎಂಬ ಇತ್ಯಾದಿ ವಿಚಾರಗಳನ್ನೇ ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಫಲಿತ: ಆಧುನಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ಎಲ್ಲ ರಂಗಗಳನ್ನು ಆವರಿಸಿದೆ, ಜಾಹಿರಾತು ಇಲ್ಲದೆ ಜೀವನ ನಡೆಸುವುದೇ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲವೇನೋ ಎಂಬಷ್ಟು ಅನಿವಾರ್ಯತೆ ಬಂದೊದಗಿದೆ. ದೊಡ್ಡ ದೊಡ್ಡ ಯೋಜನೆಗಳು ಮಾಡಲಾಗದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಪುಟ್ಟದೊಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಮಾಡಬಲ್ಲದು. ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿನದು ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಪಾತ್ರ, ಇದು ಈಗ ವೃತ್ತಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದಿಮೆಯಾಗಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತು ಜನತಂತ್ರ ದೇಶಗಳ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಒಂದು ಭಾಗವೂ ಹೌದು ಮತ್ತು ಜಾಹಿರಾತು ಇಂದು ಆಧುನಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಪಂಚದ ಜೀವಾಳವಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿಗಾಗಿ ಖರ್ಚಾಗುವ ಹಣದ ಮೊತ್ತವು ನಮ್ಮ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆದಾಯದ (National Income) ಹಂಚಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಮನಾದ ತೂಕವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದೆ ಎಂಬುದು ಹೆಮ್ಮೆಯ ಮಾತು, ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡಿ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು, ಆದರ್ಶಗಳನ್ನು, ಚಿಂತನೆಗಳನ್ನು, ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ಇಡೀ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಸಾಮೂಹಿಕವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪರ ವಿಚಾರಗಳು ಹಾಗೂ ಸದಾವಕಾಶಗಳನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ, ಔದ್ಯೋಗಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜೀವನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಆಧುನಿಕ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಲೋಕ ಬಹಳ ವಿಶಾಲ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಂತಹದು. ಕೇವಲ ವಸ್ತುಗಳ ಮಾರಾಟ ಒಂದೇ ಅದರ ಗುರಿ ಅಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕರ, ಸಮಾಜ, ಸಮುದಾಯ, ಎಲ್ಲರನ್ನು ಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಇಂದು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮುದಾಯ ಜಾಗೃತವಾಗಿದೆ. ಈ ಮೊದಲು ವಸ್ತುಗಳು ಕೊಳ್ಳುವಾಗ ಗ್ರಾಹಕನೇ ಎಚ್ಚರವಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈಗ ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಮಾರುವವರು ಎಚ್ಚರ ವಹಿಸಬೇಕಾಗದೆ. ಕಾರಣ ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಸ್ತುವಿನ ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಕೊಳ್ಳುವ ಗ್ರಾಹಕರು ಜಾಗೃತರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಹಾರ ಜ್ಞಾನ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂಪರ್ಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಕಾರ್ಯಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಉಳಿಸಿ ಬೆಳೆಸುವ ಮಹೋನ್ನತ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಜನರ ಸಹಭಾಗಿತ್ವವನ್ನು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತು ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲೊಂದು ಎಂದು

ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರೌಢ ಪ್ರಬಂಧ ಒಟ್ಟು ಫಲಿತಗಳ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಎಂದರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿಹಿಡಿಯುವಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲದೇ ಇದ್ದರೂ ಸ್ವಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ನೇರವಾಗಿ ಅಲ್ಲದೇ ಇದ್ದರೂ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿಯಾದರೂ ನೆರವಾಗುತ್ತಲಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯುವಂತಿಲ್ಲ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಈ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು ಬೆಳಕಿಗೆ ಬಂದಿವೆ.

* ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ಬಹಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸ್ಪರ್ಶಕ್ಕೆ ಸಿಗದೆ ಯಾವ ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನವೂ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಅಸಾಧ್ಯವೆನ್ನುವಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಇಂದಿನ ಸಂದರ್ಭ ನಿರ್ಮಾಣಗೊಂಡಿದೆ.

* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಗ್ರಾಹಕ/ ಜನಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುವ ತಿಳುವಳಿಕೆ, ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸೇವೆಯನ್ನೂ ಸಹ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ.

* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಉಳಿಸಿ ಬೆಳೆಸುವ ಮಹೋನ್ನತ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿಯೂ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ.

* ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲೊಂದು ಎಂದು ಸಮಾಜ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಅದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಜನಸಮುದಾಯ ಪರಸ್ಪರಪೂರಕ – ಪ್ರೇರಕವಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಒಂದು ಹೊಸತನಕ್ಕೆ ನಾಂದಿ ಹಾಕುತ್ತಲಿವೆ.

* ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಏನಿದೆಯೋ ಅದನ್ನು ಮಾತ್ರ ತೋರಿಸುವುದಲ್ಲ ಏನಾಗಬೇಕು ಎಂಬುವುದನ್ನು ಸಹ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ತೋರಿಸುತ್ತಲಿವೆ. ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಒಂದರ್ಥದಲ್ಲಿ ಸಮಾಜದ ಕನ್ನಡಿಯಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿಯ ಸ್ಪರ್ಶ ಕೊಟ್ಟಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ.

* ಸಮಾಜವು ನಂಬಿರುವ ಮತ್ತು ನಂಬುತ್ತಿರುವ ವಸ್ತು, ವಿಷಯ ಮತ್ತು ಶೈಲಿಯನ್ನು ಜಾಹಿರಾತು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲಿದೆ.

* ಧಾರ್ಮಿಕ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಸೋದರತ್ವ ಭ್ರಾತೃತ್ವ ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ತಿಳಿಸುತ್ತಲಿವೆ ಸಮಾಜದ ಪುನರ್ ಸಂಘಟನೆಗೆ ಐಕ್ಯತೆಗೆ ಮಾನವೀಯ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಜನರಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಸಲು ಹಾಗೂ ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸಲು ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಹಕಾರ ನೀಡುತ್ತಲಿವೆ.

* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜನ ಜೀವನದ ಮಧ್ಯ ನಡೆಯುವ ಹಬ್ಬ-ಹರಿದಿನಗಳು, ಆಚಾರ-ವಿಚಾರಗಳು, ನಂಬಿಕೆ-ಸಂಪ್ರದಾಯಗಳು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಿವೆ.

* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಎಲ್ಲ ಮತ, ಧರ್ಮ, ಜಾತಿ, ವರ್ಗಗಳ ಜನಸಮುದಾಯದೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿವೆ. ಆಯಾ ಧರ್ಮದ ಹಬ್ಬ ಸಂಪ್ರದಾಯ ಆಚಾರ, ಪದ್ಧತಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕಲ್ಪನೆಯೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡು, ಸಮಾಜ-ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಗೆಯಾಗಿರುವುದು. ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಿಗೆ ಆಗಬಹುದಾದದ್ದನ್ನು ಈ ಎರಡನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಅವರಿಗೆ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ.

* ಒಂದು ಸುಂದರ ಸಮಾಜ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸಮಾಜ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಲಿವೆ. ಹಾಗೂ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಮಾಜಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಧ್ವನಿಯಾಗಿ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ ಇಂದು ರೂಪಗೊಂಡಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಹೋರಾಟಕ್ಕೆ / ಹೋರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹೊಸ ಹೊಸ ಮಾರ್ಗಗಳು ತಿಳಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ.

* ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲೆ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಪರಂಪರೆ ನೋಡಲು ಈ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತಲಿವೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಕರ್ನಾಟಕದ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸ್ಥಳಗಳ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ. ಮತ್ತು ಅನೇಕ ವಿದೇಶಿ ಪ್ರವಾಸಿಗರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿ ಅವರಿಗೆ ಕರ್ನಾಟಕದ ಕಲಾ ವೈಭವ, ಸಂಸ್ಕೃತಿ ನೋಡಿ ಆನಂದಿಸಲು ಮತ್ತು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ನೀಡುತ್ತಲಿವೆ ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ನೋಡುಗರನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ನೀಡುತ್ತಲಿವೆ ಎಂದು ತಿಳಿದು ಬರುತ್ತದೆ.

* ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಲನದಿಂದ ಸಾಕ್ಷರತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಕ್ಷರ ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ನಾಂದಿಯಾಗಿದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಶಿಕ್ಷಣದ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಅದರ ಪರಿಣಾಮ ಹಾಗೂ ಅನಕ್ಷರತೆಯಿಂದಾಗುವ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸರ್ವಶಿಕ್ಷಣದ ಅಭಿಯಾನದ ಯೋಜನೆಗಳು ಯಶಸ್ವಿ ಹೊಂದಲು ಜಾಹಿರಾತು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಲಿದೆ.

* ಜನ ಸಮೂಹದ ಮೇಲೆ ಭಾರಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಸೃಜನ ಶೀಲತೆ ಇಂದಿನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಿಗಿದೆ. ಭಾರತದ ಜಾಹಿರಾತು ಲೋಕ ತುಂಬ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯುಳ್ಳದ್ದು.

* ಇಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಒಂದು ಘನತೆಯ ಉದ್ಯೋಗವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕೆ ಅನುಭವಿ ಮತ್ತು ಒಳ್ಳೆಯ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಪಡೆದ ಜನರೇ ಅರ್ಹರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

* ಜಾಹಿರಾತು ಈಗ ಕೇವಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತಗೊಂಡಿಲ್ಲ. ಅದರಿಂದಾಚೆಯೂ

ಮತ್ತೊಂದು ಸಮಾಜವಿದೆಯೆಂದು ಅರಿತುಕೊಂಡು ಅಲ್ಲಿಯೂ ಸಹ ತನ್ನ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲಿದೆ.

* ಜಾಹಿರಾತಿನಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಜನ ಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡಿ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು, ಆದರ್ಶಗಳನ್ನು, ಚಿಂತನೆಗಳನ್ನು, ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳವುಂಟಾಗುತ್ತಲಿದೆ. ಇಡೀ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಸಾಮೂಹಿಕವಾಗಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪರ ವಿಚಾರಗಳು ಹಾಗೂ ಸದಾವಕಾಶಗಳನ್ನು ಮೂಡಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕ,ಸಾಮಾಜಿಕ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಕ್ರಾಂತಿಯನ್ನುಂಟು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

* ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಧ್ಯೆಯೋದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಪಡಿಸುವ ಒಂದು ಸಾಧನವಾಗಿಯೂ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಲಿವೆ.

* ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿಹಿಡಿಯುವಲ್ಲಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲದೇ ಇದ್ದರೂ, ಅಲ್ಪ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ನೇರವಾಗಿ ಅಲ್ಲದೇ ಇದ್ದರೂ, ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿಯಾದರೂ ನೆರವಾಗುತ್ತಲಿವೆ ಎಂಬುವುದನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳಿಯುವಂತಿಲ್ಲ.

***

ಗ್ರಂಥಋಣ

೧. ಕನ್ನಡ ಗ್ರಂಥಋಣಗಳು

೧. ಆಧುನಿಕ ಶಿಕ್ಷಣದ ಒಲವುಗಳು, ಸಪ್ನ ಬುಕ್ ಹೌಸ್ ಬೆಂಗಳೂರು, ೨೦೦೭. — ಸಿ.ವಿ.ಜಯಣ್ಣ,

೨. ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಪ್ರಸಾರಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೩. — ಡಾ.ಟಿ.ಸಿ.ಪೂರ್ಣಿಮ,

೩. ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಗ್ಯಾಸೆಟಿಯರ್, ಭಾಗ ಮೂರು, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೮೬.

೪. ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ವೀರಶೈವರ ಕೊಡುಗೆ, ಜಿ.ಎಸ್. ಕುಮಾರ್‌ಸ್ವಾಮಿ ಓರಿಯಂಟ್ ಪವರ ಪ್ರೆಸ್, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೯೧. — ಶ್ರೀಮತಿ ಶಿವಲಿಂಗಮ್ಮ ಕಟ್ಟಿ,

೫. ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಸಮೀಕ್ಷೆ, ಡಿ.ವಿ.ಕೆ. ಮೂರ್ತಿ ಪ್ರಕಾಶಕರು, ಮೈಸೂರು, ೨೦೦೧. — ಡಾ.ಎಚ್. ತಿಪ್ಪೇರುದ್ರ ಸ್ವಾಮಿ,

೬. ಕಛೇರಿ ಸಂಘಟನೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ, ಸುಭಾಷ್ ಪಬ್ಲಿಕೇಷನ್ಸ್, ೧೯೯೫–೯೬. — ಡಾ. ಪಿ.ಎನ್.ರೆಡ್ಡಿ ಮತ್ತು ಹೆಚ್.ಆರ್. ಅಪ್ಪಣ್ಣಯ್ಯ

೭. ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯಕಲೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ (ಹಿಂದಿನಿಂದ ಇಂದಿನವರಿಗೆ) ಅಪ್ರಕಟಿತ ಪಿ.ಹೆಚ್‌ಡಿ. ಪ್ರಬಂಧ ಮೈಸೂರು ವಿ.ವಿ. ಮೈಸೂರು, ೨೦೦೭. — ಡಾ. ಲಕ್ಷ್ಮಣಸಿಂಗ್ ಆರ್. ರಾಥೋಡ್,

೮. ಕರ್ನಾಟಕದ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಇತಿಹಾಸ, ಎಂ.ಸಿ.ಸಿ. ಪಬ್ಲಿಕೇಷನ್ಸ್, ಗದಗ, ೧೯೯೯. — ಡಾ. ಸೂರ್ಯನಾಥ ಕಾಮತ್,

೯. ಚಿತ್ರಕಲೆ ಮತ್ತು ಸಂವಹನ, ಕರ್ನಾಟಕ ಲಲಿತಕಲಾ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು, ೧೯೯೬. — ಜಿ. ಮಲ್ಲಿಕಾರ್ಜುನ ಜಾಧವ್,

೧೦. ಚಾಲುಕ್ಯ ವಾಸ್ತುಶಿಲ್ಪ ವೈಭವ, ಪ್ರಸಾರಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೧೯೯೭ — ಡಾ. ಕರವೀರಪ್ರಭು ಕ್ಯಾಲಕೊಂಡ,

೧೧. ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ಬಳಿಕೆದಾರರು ಕರ್ನಾಟಕ ಪಬ್ಲಿಕೇಷನ್ ಪ್ರೈವೆಟ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್, ಬೆಂಗಳೂರು, ೨೦೦೩. — ವೈ.ಜಿ. ಮುರಳೀಧರ,

೧೨. ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಪ್ರತಿನಿಧೀಕರಣ, ಅಪ್ರಕಟಿತ ಪಿ.ಹೆಚ್‌ಡಿ ಪ್ರಬಂಧ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೭ — ಡಾ. ಕಲಾವತಿ .ಬಿ.ಜಿ.

೧೩. ದೂರದರ್ಶನ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು — ಮಂಜುಳಾ ಬಿ.ಎನ್.,
ಒಂದು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಧ್ಯಯನ,
ಎಂ.ಫಿಲ್ ಕಿರು ಪ್ರಬಂಧ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೧೯೯೫.

೧೪. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಪರಿಚಯ — ಡಾ. ನಾಡಿಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ ಮತ್ತು ಕ.ವಿ. ನಾಗರಾಜ್,
ಪ್ರಶಾಂತ ಪ್ರಕಾಶನ ಯಾದವಗಿರಿ ಮೈಸೂರು, ೧೯೭೭.

೧೫. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಜೆ.ಎನ್. — ರಂಗನಾಥ ರಾವ್, ೨೦೦೬

೧೬. ಭಾರತೀಯ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ — ನಾಡಿಗ ಕೃಷ್ಣಮೂರ್ತಿ,
ಪ್ರಸಾರಂಗ ಮೈಸೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಮೈಸೂರು, ೧೯೬೯.

೧೭. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ, — ಪ್ರೊ.ಕೆ.ಡಿ.ಬಸವಾ,
ವಿದ್ಯಾವಾಹಿನಿ ಪ್ರಕಾಶನ ಹುಬ್ಬಳಿ, ೨೦೦೧.

೧೮. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರ್ವಹಣೆ — ಬಿ.ಎಸ್.ರಾಮನ್, ಅನುವಾದ ಎಂ.ಎಸ್. ವರ್ಮ ಮತ್ತು ಪಾರ್ಶ್ವನಾಥ ಅಜ್ರಿ
ಯುನೈಟೆಡ್ ಪಬ್ಲಿಷರ್ಸ್, ಮಂಗಳೂರು, ೨೦೦೩.

೧೯. 'ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರ' — ಪ್ರೋ. ಕೆ.ಡಿ. ಬಸವಾ,
ವಿದ್ಯಾವಾಹಿನಿ ಪ್ರಕಾಶನ ಹುಬ್ಬಳಿ, ೧೯೯೭-೯೮.

೨೦. ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಘಟನೆ, — ಪ್ರೋ. ಕೆ.ಡಿ. ಬಸವಾ,
ವಿದ್ಯಾವಾಹಿನಿ ಪ್ರಕಾಶನ ಹುಬ್ಬಳಿ, ೧೯೯೦.

೨೧. ವಿಕ್ರಯಶಾಸ್ತ್ರ ಹಾಗೂ ವಿಕ್ರಯಕಲೆ — ಪ್ರೋ. ಕೆ.ಡಿ. ಬಸವಾ,
ವಿದ್ಯಾವಾಹಿನಿ ಪ್ರಕಾಶನ ಹುಬ್ಬಳಿ, ೧೯೮೮.

೨೨. ಸಂಸ್ಕೃತಿ ವಿಕಾಸ — ಡಾ. ನಂ. ತಪಸ್ವೀಕುಮಾರ್,
ಜೆ.ಎಸ್.ಎಸ್. ಪ್ರಿಂಟರ್ಸ್, ಮೈಸೂರು, ೨೦೦೦.

೨೩. ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, — ಬಿ.ಎಸ್. ಚಂದ್ರಶೇಖರ್,
ಪ್ರಸಾರಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ, ೨೦೦೩.

೨೪. ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಸೃಜನಶೀಲತೆ, — ಬರಗೂರು ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ,
ಅಂಕಿತ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು, ೨೦೦೫.

೨೫. 'ಸಾಕ್ಷರಧರೆ' — ತುಕಾರಾಮ್.ಎಸ್. ಮತ್ತು ಟಿ. ವೆಂಕಟೇಶ,
ಅಭಿರುಚಿ ಪ್ರಕಾಶನ, ಮೈಸೂರು, ೨೦೦೩.

೧.೧ ಪತ್ರಿಕ ಲೇಖನ ಮತ್ತು ವರದಿ

೧. ಜಾಹಿರಾತು ಕಲೆ ಒಳ್ಳೆಯದೇ! — ರಜನಿ ಎಂ.ಜಿ.
ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ, ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ವಿಜಯ: ೧೯-೨-೨೦೦೮.

೨. ಜಾಹಿರಾತು ಭ್ಯವ ಭವಿಷ್ಯದ ಬಾಗಿಲು — ಸ್ಟೀವನ್ ರೇಗೂ
ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ, ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ವಿಜಯ: ೬-೪-೨೦೦೮.

೩. ಕ್ಷೀಣಿಸುತ್ತಿದೆ ಹೆಚ್.ಐ.ವಿ / ಏಡ್ಸ್ — ಬಸವರಾಜ್ ಕೆ.ಜಿ.,
ಭಾರತಕ್ಕೆ ಫುಲ್ ಮಾರ್ಕ್ಸ್ ಪತ್ರಿಕಾ ಲೇಖನ,
ಉದಯವಾಣಿ: ೨-೧೨-೨೦೦೭

೪. ಜಾಗತಿಕ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಮತ್ತು ಭಾರತ ಸಮರ್ಥ
ಪತ್ರಿಕ ವರದಿ: ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ೧೪-೧೧-೨೦೦೩.

೫. ಜನಸಾಮಾನ್ಯರನ್ನು ಮರೆಯದಿರಿ
ಪತ್ರಿಕ ವರದಿ: ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ೧೨-೧೧-೨೦೦೩.

೬. ಜಾಗತಿಕ ಸೂತ್ರಧಾರತ್ವಕ್ಕೆ ಭಾರತ ಸಮರ್ಥ
ಪತ್ರಿಕ ವರದಿ: ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ೧೩-೧೧-೨೦೦೩

೭. ವಾಣಿಜ್ಯ ವಿಜಯ
ಪತ್ರಿಕ ವರದಿ: ೧೯-೧೦-೨೦೦೩.

೮. ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ವರದಿ, ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ೯-೮-೨೦೦೮.

ದಿನ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು: ಪ್ರಜಾವಾಣಿ, ಸಂಯುಕ್ತ ಕರ್ನಾಟಕ, ವಿಜಯ ಕರ್ನಾಟಕ, ಉದಯವಾಣಿ,

ನಿಯತ ಕಾಲಿಕೆಗಳು: ಸುಧಾ, ತರಂಗ, ಗೃಹಶೋಭ, ಕರ್ಮವೀರ

ಮಾಸ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು: ತುಷಾರ, ಮಲ್ಲಿಗೆ

೧.೨ ಆಕರಗಳ ಪಟ್ಟಿ

ಉದಯವಾಣಿ ದೀಪಾವಳಿ ವಿಶೇಷಾಂಕ, ೨೦೦೬ ಮತ್ತು ೨೦೦೭

ಕರ್ಮವೀರ ದೀಪಾವಳಿ ವಿಶೇಷಾಂಕ, ೨೦೦೫ ಮತ್ತು ೨೦೦೭

ಪ್ರಜಾವಣಿ ದೀಪಾವಳಿ ವಿಶೇಷಾಂಕ, ೨೦೦೭

ಸುಧಾ ಯುಗಾದಿ ವಿಶೇಷಾಂಕ, ೨೦೦೪, ೨೦೦೬ ಮತ್ತು ೨೦೦೭

ಸುಧಾ, ಫೆಬ್ರವರಿ ೨೩, ೨೦೦೬

ಸುಧಾ, ಜನವರಿ ೩೧, ೨೦೦೭

'India Today' December 31, 2007

'India Today' February 4, 2008

'India Today' January 21, 2008

'Marg' volume-59, December 2007

'Marg' volume-53, September 2001

'The Week' December 30, 2007

'Time' December 10, 2007

ಸುಧಾ, ಮೇ, ೨೦೦೬

ಸುಧಾ, ಏಪ್ರಿಲ್ ೧೩ ೨೦೦೫

ಗೃಹಶುಭಾ

ಫೆಮಿನಾ, ಮಾರ್ಚ ೨೦೦೫ ಮತ್ತು ಮೇ ೨೦೦೪.

೨. ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಗ್ರಂಥಋಣಗಳು

1. Advertising Art & Ideas, Ashutosh prakasham, Bombay, 1973. — Dr. G.M. Rege,

2. Advertising & Marketing Research, Himalaya Publishing House, 2001. — Chunawalla & Dr. P.N. Reddy & Prof. H.R. Appannaiah,

3. Advertising Management, King Books Educational Publisher's, Delhi, 1998. — Dr. M.M. Varma & R.K. Agarwal,

4. Advertising an Introductory Text, Himalaya Publishing House, 2003. — S.A. Chunawalla ,

5. Advertising Management, Ton Prints (I) Pvt. Ltd, 2006. — Rajeev Batra, John. G. Myers, David .A. Aaker,

6. Advertising & Sales Management, Kalyani Publishers, New Delhi, 2006. — C.N. Sontakki,

7. Advertising & Public Relations, Surjeet Publications, New Delhi, 2006. — B.N. Ahuja & S.S. Chhabra,

8. Advertising, Kalyani Publishers, New Delhi, 2006. — C.N. Sontakki

9. Advertising Excellence, International Edition, 1995. — Bovee, Thill, Dovel Wood

10. Advertising Today — Wassen Berger

11. Applied Art Handbook, Kaseer Polytechnic Publication, Bombay, 1966. — Prof. S.K. Luthra,

12. Brand Positioning, Hill Publishing Company Limited, New Delhi, 2001. — Subroto Sengupta, Tata McGraw,

13. Branding in Asia, John Wiley & sons (Asia) Private Ltd., Singapore, 2000. — Paul Temporal,

14. Brand Portfolio Strategy, USA, 2004. — David .A. Aaker

15. Creative Advertising, — Thames & Hudson.

16. Case Studies in Marketing Management, Himalaya Publishing House, 1983. — S.A. Sherlekar & V.S. Sherlekar

17. Contemporary Advertising (fifth edition), USA, 1994. — Arens, Bovee

18. Modern Marketing Management, S. Chand & Company Ltd., New Delhi, 1980. — Geoftery .K. Francis,

19. Marketing & Sales Management, Himalaya Publishing House, 1985. — Acharaya, Govekar

20. Marketing & Management, Himalaya Publishing House, 1986 — S.A. Sherlekar

21. Marketing Research, Hill Publishing Company Ltd., New Delhi, 2006. — G.C. Beri, Tata McGraw

22. Marketing Salesmanship & Advertising — M.S. Ramaswamy

23. Media & Communication Today, (volume-2) Kanisha Publishers Distributors, New Delhi, 1992. — Ved Prakash Ganadhi,

24. Ogilvy on Advertising, David Ogilvy – 2000.

25. The Advertising Handbook, Dell Dennison,
Jaico Publishing House, Bangalore, 1999.

26. The origin of Brands, Al-ries & Laura Ries,
Harper Business, New York, 2004.

27. The Fall of Advertising & The Rise of PR, Al-ries & Laura Ries,
Harper Business, New York, 2002.

ಸಂಕ್ಷೇಪಗಳು

ಪ್ರ.ಸಂ : ಪ್ರಧಾನ ಸಂಪಾದಕರು.

ಕ.ಲ.ಕ.ಅ : ಕರ್ನಾಟಕ ಲಲಿತಕಲಾ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು.

ಕ.ವಿ.ವಿ. : ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ.

ಗು.ವಿ.ವಿ. : ಗುಲಬರ್ಗಾ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಗುಲಬರ್ಗಾ.

ಮೈ.ವಿ.ವಿ : ಮೈಸೂರು ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಮೈಸೂರು.

ಪು.ಸಂ : ಪುಟ ಸಂಖ್ಯೆ.

ಮ.ಪ್ರ : ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ.

ಸಂ : ಸಂಪಾದಕರು.

ಕಿ.ಪ್ರ : ಕಿರುಪ್ರಬಂಧ.

ಅ.ಪ್ರ : ಅಪ್ರಕಟಿತ.

***





ಭಾರತದ ಬಣ್ಣಗಳು
Karnataka
HERITAGE
TITAN
ಗಣೇಶ ಚತುರ್ಥಿಯನ್ನು ಪರಿಸರ ಸ್ನೇಹಿಯಾಗಿ ಆಚರಿಸೋಣ
rriers break
en people talk
my voice
ates